



**מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב**

1. כללי

1.1. אוניברסיטת תל-אביב (להלן: "האוניברסיטה"), הינה מוסד להשכלה גבוהה, עפ"י חוק המועצה להשכלה גבוהה, תשי"ח-1958.

1.2. האוניברסיטה מזמינה בזאת הגשת הצעות למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה עבור אוניברסיטת תל אביב. במסגרת השירות המבוקש יסופקו שירותי פרסום ובכלל זה: פרסום באינטרנט (דיגיטל) במגוון ערוצי מדיה ופלטפורמות (נייד, ניח, מובייל וטאבלט), פרסום למגזר החרדי במגוון ערוצי מדיה ייעודיים בדיגיטל, לרבות הפצת דיוררים והודעות ווטסאפ, פרסום בעיתונות: מודעות בעיתונות המודפסת ומודעות אבל, פרסום ברדיו, שירותי עיצוב ומיתוג ועוד (להלן: "השירותים"), והכל בהתאם למפורט בנספחים א' למכרז זה ולמפורט במסמכי המכרז על נספחיו (להלן: "ההזמנה" ו/או "המכרז" ו/או "מסמכי המכרז").

1.3. מובהר ומודגש, כי מרבית הקמפיינים הדיגיטליים עולים בתקופת ההרשמה העיקרית ללימודים באוניברסיטה, דהיינו בחודשים ינואר - יוני. בתקופה זו יידרש המציע הזוכה לטפל ב-30 עד 40 קמפיינים במקביל, חלקם יעלו לאוויר בו זמנית, ויידרש לתת מענה מקצועי ומהיר באמצעות כל המחלקות במשרדו כגון: ניהול לקוח, אסטרטגיה, קריאייטיב ומדיה. הגשת הצעה ע"י המציע מהווה הצהרה והתחייבות של המציע לעמוד בדרישה זו.

1.4. מציע אשר מעוניין להגיש הצעתו למכרז זה מתחייב לא לספק במהלך תקופת ההתקשרות ובתקופת ההתקשרות המוארכת (אם תהיה), שירותי פרסום כלשהם למוסדות להשכלה גבוהה אחרים שהינם:

א. אוניברסיטאות

או

ב. מכללה העונה לשלושת התנאים המפורטים להלן במצטבר:

1. פועלת בגוש דן.

2. בשנת תש"ף למדו במכללה 3,000 תלמידים או יותר.

3. המכללה מעניקה לבוגריה תואר ראשון ו/או שני באחד או יותר מהתחומים הבאים: ניהול ו/או מנהל עסקים, מדעי המחשב, פסיכולוגיה ו/או התנהגות ארגונית, וכלכלה.

הגשת הצעה ע"י מציע למכרז זה, מהווה התחייבות של המציע, אם הצעתו תיבחר כהצעה הזוכה, לא לספק במהלך תקופת התקשרות ובתקופת ההתקשרות המוארכת (אם תהיה) שירותי פרסום כלשהם למוסד להשכלה גבוהה אחר שהינו כמפורט לעיל.

1.5. תנאי ההתקשרות עם המציע הזוכה קבועים בהסכם ההתקשרות, מפרט השירות ואמנת השירות, המהווים חלק בלתי נפרד ממסמכי המכרז. התמורה למציע הזוכה תהא בהתאם להצעתו הכספית המצורפת כנספח ב'.

1.6. מציע אשר יבחר להגיש הצעה לפנייה זו, נדרש להגיש את חוברת מסמכי המכרז. על המציע להשלים את מלוא הפרטים הנדרשים, לצרף להצעתו את מלוא המסמכים הנדרשים בהתאם להוראות המכרז ולחתום בעצמו על הסכם ההתקשרות בראשי תיבות על כל עמוד מעמודיו (לרבות נספחיו) ובחתימה מלאה במקום המיועד לכך.

1.7. המכרז הינו מכרז עם בחינה תלת שלבית. לאחר פתיחת ההצעות תיבדק עמידתן בתנאי הסף המקדמיים. רק הצעה שייקבע כי היא עומדת בתנאי הסף, תיבדק ותדורג ע"פ ציון איכותי (65%) וציון כלכלי (35%).

1.8. מובהר בזאת כי המכרז כולל בריף לפרזנטציה, אשר תוכנו חסוי ואינו מצורף למסמכי המכרז (להלן: "בריף לפרזנטציה").

רק המציעים אשר עמדו בתנאי הסף יוזמנו לראיון ולהצגת מצגת (פרזנטציה) אשר תוכן על בסיס בריף האסטרטגיה, כמפורט בסעיף 14.3.2 להלן.

כל מציע אשר הזמין לראיון ולהצגת מצגת (פרזנטציה) כאמור לעיל, יעביר באמצעות הדואר האלקטרוני לשני נציגי האוניברסיטה המפורטים בסעיף 10 למכרז, התחייבות לשמירה על סודיות חתומה על ידו בנוסח המצורף **כנספח י'** למכרז כתנאי לקבלת בריף האסטרטגיה.

1.9. במכרז זה יהיה **זוכה אחד** – האוניברסיטה אינה מתחייבת לקבל את ההצעה הזולה ביותר, או כל הצעה שהיא, והכל על פי שיקול דעתה הבלעדי של האוניברסיטה.

1.10. השימוש בלשון זכר הינו מטעמי נוחות בלבד. האמור בלשון זכר - אף לשון נקבה במשמע וכן להיפך.

2. טבלת מועדי המכרז

תאריך	הליך
06.12.2020	מועד אחרון להגשת שאלות הבהרה
20.12.2020	מועד מענה על שאלות הבהרה
03.01.2021 עד השעה 12:00	מועד אחרון להגשת הצעות

האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות לעדכן, לשנות ו/או לדחות כל אחד מהמועדים הנ"ל עפ"י שיקול דעתה הבלעדי והיא תפרסם על כך הודעה באתר האינטרנט למכרזים של האוניברסיטה שכתובתו היא: <https://tenders.tau.ac.il/tenders>

3. מסמכי המכרז כוללים את כל הנספחים הבאים

מספר הנספח	תיאור הנספח
נספח א'	מפרט השירותים
נספח א'1	אמנת שירות SLA
נספח ב'	טופס ההצעה הכספית
נספח ב'1	מחירון הפקה- דיגיטל ואופליין
נספח ב'2	מחירון מודעות בעיתונות
נספח ג'	תצהיר לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו-1976
נספח ד'	אישור מרואה חשבון או מפקיד שומה על ניהול פנקסי חשבונות ורשומות לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו-1976
נספח ה'	תצהיר פשיטת רגל והעדר תביעות ואי קיום "הערת עסק חי"
נספח ו'	תצהיר להוכחת עמידת המציע בתנאי סף המקצועיים
נספח ו'1	פרטי לקוחות בהתאם לסעיף 14.3.1
נספח ז'	אישור זיהוי בעלים וזכויות חתימה
נספח ז'1	נוסח ערבות ביצוע
נספח ח'	הסכם ההתקשרות
נספח ט'	אישור עריכת ביטוח
נספח י'	התחייבות לשמירה על סודיות
נספח י'1	התחייבות לשמירת סודיות ה"בריף"
נספח י'א	התחייבות להיעדר ניגוד עניינים
נספח י'ב	דוגמאות הזמנות רכש
נספח י'ג	דוגמת פורמט טבלת חשבוניות

כל הנספחים המפורטים בטבלה לעיל, מהווים חלק בלתי נפרד ממסמכי המכרז.

4. תקופת ההתקשרות

- 4.1. ההתקשרות עם המציע הזוכה תהיה למשך שניים עשר (12) חודשים ממועד חתימת האוניברסיטה על הסכם ההתקשרות (להלן: "תקופת ההתקשרות").
- 4.2. לאוניברסיטה בלבד תישמר הזכות הבלעדית להאריך את ההתקשרות בעוד שש (6) תקופות נוספות בנות שנים עשר (12) חודשים כל אחת (להלן "תקופת ההתקשרות המוארכת") והכל בהתאם למפורט בהסכם ההתקשרות.
- 4.3. סך תקופת ההתקשרות (לרבות תקופת ההתקשרות המוארכת): שמונים וארבעה (84) חודשים לכל היותר.
- 4.4. חרף האמור בסעיף 4.1 לעיל, שמורה לאוניברסיטה הזכות הבלעדית לסיים את תקופת ההתקשרות ותקופת ההתקשרות המוארכת עם המציע הזוכה, לפי שיקול דעתה הבלעדי, בהודעה מראש ובכתב של שלושים (30) יום למציע זוכה.
- 4.5. במהלך תקופת ההתקשרות ותקופת ההתקשרות המוארכת (ככל ותהיה כזו), יספק המציע הזוכה לאוניברסיטה מגוון שירותי פרסום כמפורט במפרט השירותים - נספח א' ובמסמכי המכרז. כמו כן, לאוניברסיטה הזכות להזמין שירותים נוספים כמפורט בנספח א' - מפרט השירותים. בנוסף, האוניברסיטה תוכל להרחיב את ההתקשרות במסגרת מכרז זה גם לפרסום מגזרי לאוכלוסיות נוספות, כגון החברה הערבית והכל בהתאם לדין.
- 4.6. התקשרות האוניברסיטה עם המציע הזוכה תהיה על בסיס הסכם מסגרת לפי מטלות, כמפורט בהסכם ההתקשרות - **נספח ח' למכרז**, בהתאם למפורט בהסכם ההתקשרות ובהתאם להנחיות ולהוראות נוספות שתימסרנה ע"י האוניברסיטה.
- 4.7. **מתאם השירותים** מטעם האוניברסיטה הינו **מנהל השיווק של האוניברסיטה** או מי מטעמו (להלן: "המתאם").
- 4.8. במסגרת ההתקשרות יספק המציע הזוכה את השירותים כנגד הוצאת **הזמנת רכש** ע"י האוניברסיטה (להלן: "הזמנת הרכש").

5. תנאי סף להשתתפות במכרז

להלן מפורטים תנאי הסף להשתתפות במכרז זה. על המציע לעמוד **בעצמו** בכל התנאים באופן מצטבר, ולא באמצעות קבלן משנה ו/או אחר מטעמו.

5.1. תנאי סף כלליים

- 5.1.1. המציע הינו תאגיד הרשום בישראל או שותפות הרשומה בישראל והינו עוסק מורשה לצורך מע"מ. אם המציע הינו חברה בע"מ או שותפות רשומה, הוא רשום כדין בישראל במרשם המתנהל עפ"י דין לגבי תאגידי מסוגו.
- 5.1.2. המציע מחזיק בכל האישורים הנדרשים לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, תשל"ו - 1976.
- 5.1.3. כנגד המציע ומנהליו לא מתנהלות תביעות שעלולות לפגוע בהתחייבויותיו עפ"י מכרז זה כולן או מקצתן, ככל שהמציע יזכה במכרז ואף אחד מהם אינו נמצא בהליכי פשיטת רגל ו/או פירוק.
- 5.1.4. ככל ולמציע דו"חות כספיים מבוקרים, לא קיימת למציע "הערת עסק חיי" או כל הערה דומה שמצביעה על קיום ספק בדבר יכולתו של המציע להמשיך ולהתקיים כ"עסק חיי".

5.2. תנאי סף מקצועיים

- 5.2.1. המציע הינו משרד פרסום דיגיטלי ו/או משרד פרסום כללי ו/או שבבעלותו "חברה קשורה" שיש בו מחלקה עצמאית שעוסקת בעיקר בפרסום דיגיטלי.

"חברה קשורה" - בהגדרתה בחוק ניירות ערך, תשכ"ח-1968.

למען תהא התמונה ברורה, רק חברה אחת מבין החברות הקשורות יכולה להגיש הצעתה למכרז זה. ככל ויגישו שתי החברות הצעה למכרז, תהא רשאית ועדת המכרזים של האוניברסיטה לפסול את שתי ההצעות, או אחת מהן או להחליט כל החלטה בהתאם לדיני המכרזים ועל פי שיקול דעתה הבלעדי והמוחלט.

5.2.2. המציע סיפק שירותים באינטרנט (דיגיטל) דומים לאלה הנדרשים במכרז זה למשך לפחות ארבע (4) שנים רצופות עד למועד האחרון להגשת הצעות למכרז זה.

5.2.3. המציע סיפק שירותי פרסום אופליין דומים לאלה הנדרשים במכרז, לרבות רכישת מודעות בעיתונות, לפחות במשך שלוש (3) שנים רצופות עד למועד אחרון להגשת הצעות במכרז זה.

5.2.4. בתקופה רצופה של לפחות שנים עשר (12) החודשים הרצופים שקדמו למועד האחרון להגשת ההצעות, המציע העסיק ומעסיק גם במועד האחרון להגשת ההצעות, לפחות חמישה עשר (15) עובדים שכירים (ביחסי עובד- מעסיק) (לא כולל פריילנסרים) שעוסקים בעיקר בפרסום באינטרנט (דיגיטל).

5.2.5. המציע מעסיק במועד ההגשה עובדים העונים על הדרישות המפורטות להלן:

מחלקה	מס' עובדים מינימלי	הרכב הצוות	ניסיון נדרש של העובד (לא בהכרח אצל המציע)
א	1	איש תוכן	לפחות שנה ניסיון בכתיבת תוכן וניהול עמודי פייסבוק
ב	3	קריאייטיב	לפחות שני מעצבים (או ארטדיירקטורים) וקופירייטר אחד עם ניסיון בפרסום אונליין ואופליין
ג	4	ניהול לקוח	לפחות מנהל לקוח אחד ותקציבאי אחד
ד	2	מדיה	18 חודשים לפחות בתחום הדיגיטל
ה	2	מתכנתים	אנשי רכש מדיה שלפחות אחד מהם הינו איש PPC בעל תעודות הכשרה מטעם גוגל (google partner) ופייסבוק (blue print).
ו	1	אסטרטגיה	שני מתכנתים
			לפחות שנתיים

הערה: ככל שאותו מועסק אצל המציע ממלא גם את דרישת הסף שבסעיף 5.2.5 (ג) לגבי ניהול לקוחות וגם את דרישת הסף שבסעיף 5.2.5 (ד) לגבי מומחה מדיה (לדוגמא תקציבאי דיגיטל מומחה מדיה), ניתן לציין אותו כמענה על כל אחד מהסעיפים הנ"ל.

5.2.6. המציע סיפק שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטלי) הדומים לאלה הנדרשים במכרז זה בהתאם לתנאים המצטברים כדלקמן:

5.2.6.1. לפחות לשלושה (3) לקוחות בכל אחת מהשנים 2017, 2018 ו-2019.

5.2.6.2. המציע מעניק לכל אחד מהלקוחות המוצגים בסעיף 5.2.6.1 לעיל שירותים במשך שמונה (8) חודשים לפחות ברציפות בכל אחת מהשנים הנדרשות.

5.2.6.3. לכל אחד מהלקוחות המוצגים בסעיף 5.2.6.1 לעיל ניתנו שירותים בכל אחת מהשנים בהיקף שנתי של לפחות 1,500,000 ₪ (לא כולל מע"מ) עבור פרסום דיגיטלי.

הערה כללית לסעיף 5.2.6: אין צורך שבכל שנה יהיו לקוחות זהים. ניתן שיהיה שוני בין הלקוחות בכל שנה בכפוף לעמידתם בכל הנדרש בתנאי הסף.

5.2.7. המציע סיפק שירותי פרסום בעיתונות הכתובה הדומים לאלה הנדרשים במכרז זה בהתאם לתנאים המצטברים כדלקמן:

5.2.7.1. לפחות לשני (2) לקוחות בכל אחת מהשנים 2017, 2018 ו-2019.

5.2.7.2. המציע מעניק לכל אחד מהלקוחות המוצגים בסעיף 5.2.7.1 לעיל שירותים במשך שמונה (8) חודשים לפחות ברציפות בכל אחת מהשנים הנדרשות.

5.2.7.3. לכל אחד מהלקוחות המוצגים בסעיף 5.2.7.1 לעיל ניתנו שירותים בכל אחת מהשנים בהיקף שנתי של לפחות 800,000 ₪ (לא כולל מע"מ).

הערה כללית לסעיף 5.2.7: אין צורך שבכל שנה יהיו לקוחות זהים. ניתן שיהיה שוני בין הלקוחות בכל שנה בכפוף לעמידתם בכל הנדרש בתנאי הסף.

הערה לתנאי סף 5.2.6 ו-5.2.7: המציע רשאי להציג את אותו לקוח גם בתנאי סף 5.2.6 וגם בתנאי סף 5.2.7.

5.3. לעניין דרישות תנאי הסף האמורות לעיל, מובהר בזאת במפורש, כדלקמן:

5.3.1. לצורך עמידה בתנאי הסף הנקובים בסעיפים 5.2.2, 5.2.3, 5.2.6 ו-5.2.7 לעיל, יהיה המציע רשאי להסתמך על ניסיון ו/או מחזור כספי שנצבר/ו על ידי ישות משפטית ממנה רכש ו/או קיבל המציע פעילות, וזאת לרבות בדרך של מיזוג ו/או מיזוג סטטוטורי על פי הוראות חוק החברות, תשנ"ט – 1999 וכן לרבות בדרך של עסקת נכסים/פעילות (להלן: **"התאגיד הנרכש"**).

ביקש מציע להסתמך על ניסיון ו/או מחזור כספי שנצבר/ו על ידי תאגיד נרכש, יצרף המציע להצעה, גם מידע ומסמכים המעידים על רכישת הפעילות מהתאגיד הנרכש וכן את כל המסמכים והמידע הדרושים על פי מכרז זה בקשר עם הניסיון שנצבר על ידי התאגיד הנרכש במהלך התקופה הרלוונטית.

5.3.2. לצורך עמידה בתנאי הסף הנקובים בסעיף 5.2.2, 5.2.3, 5.2.6 ו-5.2.7 לעיל, יהיה המציע רשאי להסתמך על ניסיון ו/או מחזור כספי שנצבר/ו על ידי עוסק מורשה (שאינו תאגיד) (להלן: **"העוסק המורשה"**), במהלך התקופה הקודמת למועד ייסודו של המציע על ידי העוסק המורשה, כאשר במהלך התקופה שממועד ייסודו של המציע ועד למועד האחרון להגשת ההצעות, העוסק המורשה הוא בעל 51% מאמצעי השליטה במציע, לכל הפחות.

"אמצעי שליטה" – כהגדרת מונח זה בחוק החברות, תשנ"ט-1999.

ביקש מציע להסתמך על ניסיון ו/או מחזור כספי שנצבר/ו על ידי העוסק המורשה, יצרף המציע להצעה, גם מידע ומסמכים המעידים על ייסודו של המציע על ידי העוסק המורשה ועל אמצעי השליטה של העוסק המורשה במציע לאחר ייסודו של המציע וכן את כל המסמכים והמידע הדרושים על פי מכרז זה בקשר עם הניסיון שנצבר על ידי העוסק המורשה במהלך התקופה הרלוונטית.

5.3.3. מציע שהוא ישות משפטית מאוגדת רשאי להגיש הצעה **אחת בלבד** בין בעצמו, בין באמצעות תאגיד ובין כשותף ב"קבוצה מציעה" (ככל שמסמכי המכרז מתירים זאת).

מציע שהוא בעל שליטה בתאגיד ("שליטה" כמשמעותה בחוק התחרות הכלכלית, תשמ"ח-1988) ו/או מנהל בתאגיד ו/או נושא משרה ו/או מורשה חתימה בתאגיד ו/או שותף של המציע יהיה מנוע מלהגיש הצעה נוספת – בין בעצמו, בין באמצעות תאגיד אחר ובין כשותף ב"קבוצה מציעה" (ככל שמסמכי המכרז מתירים זאת).

"שליטה" – החזקה של יותר ממחצית באחד מאמצעי השליטה הבאים:

(1) זכות ההצבעה באסיפה כללית של חברה או בגוף מקביל של תאגיד אחר;

(2) הזכות למנות דירקטורים של התאגיד;

6. מסמכים ואישורים להגשת המכרז

המציע יגיש לאוניברסיטה בכתב, בין היתר, את המסמכים הבאים על מנת להוכיח עמידתו בתנאי הסף:

6.1. להוכחת עמידתו בתנאי סף 5.1.1 יצרף המציע להצעתו העתק, כשהוא מאושר כמתאים למקור על ידי עו"ד, של תעודת רישום במרשם המתנהל עפ"י כל דין לגבי תאגידי מסוגו (תאגיד/שותפות רשומה). מציע שהינו יחיד/שותפות שאינה רשומה יצרף העתק כשהוא מאושר כמתאים למקור על ידי עו"ד, של תעודת עוסק מורשה. אם המציע הינו תאגיד, יצרף גם נסח חברה עדכני מרשם החברות.

6.2. להוכחת עמידתו בתנאי סף 5.1.2 יצרף המציע להצעתו תצהיר חתום ומאומת כדין בנוסח המצורף **כנספח ה'** למכרז ואישור מרואה חשבון או מפקיד שומה המעיד על ניהול פנקסי חשבונות ורשומות לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו-1976, בנוסח המצורף **כנספח ה'1** למכרז או לחילופין, העתק אישור לפי סעיף 2(א) לחוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו-1976.

6.3. להוכחת עמידתו בתנאי סף 5.1.3 ו-5.1.4 יצרף המציע להצעתו תצהיר שלו או של מנהלו, מאומת בפני עורך דין, כי לא מתנהלות תביעות נגד המציע ומנהלו, והמציע ומנהלו אינם נמצאים בהליכי פשיטת רגל ו/או פירוק, וכי לא קיימת למציע "הערת עסק ח", בנוסח המצורף **כנספח ו'** למכרז.

6.4. להוכחת עמידתו בתנאי סף שבסעיפים 5.2.1 עד 5.2.7 לעיל, יגיש המציע תצהיר בנוסח **נספח ו'** חתום בידי עו"ד.

כמו כן, להוכחת עמידתו בתנאי סף 5.2.5, יצרף המציע להצעתו את קורות החיים של הנציגים מטעמו אשר יבצעו את העבודה במסגרת מתן השירותים למזמינה, וכן את התצהיר בנוסח **נספח ו'** להוכחת שנות ניסיונם של הנציגים מטעמו.

6.5. כל האישורים והמסמכים האחרים הנדרשים להוכחת עמידת המציע בתנאי הסף דלעיל.

6.6. **מובהר בזאת, כי המציע נדרש לעמוד בעצמו בכל תנאי הסף לכל אורך פרק הזמן המוגדר לתוקף הצעתו של המציע וכן למשך כל תקופת ההתקשרות ותקופת ההתקשרות המוארכת (אם תהא כזו) וכי המציע מתחייב ליתן לאוניברסיטה את שירותים באמצעות אנשי הצוות המוצעים בהצעתו, ללא אפשרות להחליפם באחרים, אלא באישור מראש ובכתב של האוניברסיטה.**

6.7. בסמכותה של ועדת המכרזים של האוניברסיטה (להלן: "**ועדת המכרזים**") לאפשר למציע, אשר לא המציא עם הצעתו מסמך, היתר, אישור, רישיון ו/או כל מסמך אחר, המהווה תנאי מוקדם לקבלת ההצעה, להשלים המצאתו לאוניברסיטה תוך פרק זמן שיקבע ע"י ועדת המכרזים ו/או לזמנו לשימוע בפני ועדת המכרזים לצורך מתן הבהרות ו/או השלמות, ו/או לפנות למציע בבקשה לקבלת הבהרות בנוגע להצעתו ו/או בבקשה לקבלת נתונים ומסמכים נוספים לצורך בדיקת הצעתו, והכל כפי שתמצא לנכון.

לעניין זה תבחין ועדת המכרזים בין דרישותיו המהותיות של המכרז, החייבות להתקיים במועד הגשת ההצעה לבין הדרכים להוכחתן, אשר יכול ויכחו גם לאחר הגשת ההצעה.

בסמכותה של ועדת המכרזים לפסול את הצעת המציע אשר לא השלים ו/או הבהיר את הפרטים הנדרשים בקשר עם הצעתו ו/או אשר לא התייצב לשימוע בפני ועדת המכרזים, במועדים אותם קבעה האוניברסיטה.

7. תנאים נוספים

7.1. ההשתתפות במכרז **אינה** כרוכה בתשלום.

7.2. מציע המעוניין להגיש הצעה נדרש להדפיס את מסמכי המכרז מאתר האינטרנט למכרזים של האוניברסיטה שכתובתו היא: <https://tenders.tau.ac.il/tenders>, ולהגיש על גביהם את הצעתו. **אין לשנות את מסמכי המכרז.**

7.3. **ההצעה הכספית** - ההצעה הכספית תיערך ותוגש בהתאם לאמור בסעיף 12 להלן. ותוגש על גבי טופס ההצעה הכספית **נספח ב'** למכרז, כשהיא מלאה וחתימה כנדרש ע"י מורשי החתימה ובצרוף חותמת המציע (ככל שיש).

7.4. **הסכם ההתקשרות** - על המציע לצרף להצעתו את הסכם ההתקשרות המצורף **נספח ח'** למכרז, חתום בראשי תיבות ע"י מורשי החתימה מטעמו בכל עמוד (מלבד העמוד האחרון), ובחתימה מלאה במקום המיועד לכך בעמוד האחרון של ההסכם. לכל החתימות תצורף חותמת התאגיד (ככל והמציע הינו תאגיד).

7.5. על מציע שהינו תאגיד להגיש אישור חתום ע"י ר"ח או עו"ד בדבר **פרטי המציע ושמות מורשי החתימה** שיש בסמכותם לחייב את התאגיד בחתימתם, בנוסח המפורט **נספח ז'** למכרז.

7.6. על המציע לצרף התחייבות לשמירת סודיות, **חתימה על ידו**, בנוסח המצורף **נספח י'** למסמכי המכרז.

8. אישור עריכת ביטוח

8.1. על המציע לצרף להצעתו את אישור עריכת הביטוח המצורף **נספח ט'** חתום בתחתית כל עמוד בראשי תיבות ולהוסיף חותמת (ככל שיש). החתימה תיעשה בעט עם דיו בצבע כחול בלבד.

8.2. **תשומת לב המציעים מופנית לדרישות האוניברסיטה לעריכת הביטוחים המפורטים בנספח ט'.** כל הסתייגות לגבי דרישות הביטוח יש להעלות במסגרת פניה להבהרות כמפורט בסעיף 10 להלן. לאחר הגשת הצעה למכרז, לא תתקבלנה כל הסתייגויות לדרישות הביטוח.

8.3. רק המציע שיבחר כמציע הזוכה במכרז יגיש לאוניברסיטה את אישור עריכת הביטוח, בנוסח המצורף למסמכי המכרז כנספח ט' חתום ע"י חברת הביטוח ואשר יהיה תקף לאורך כל תקופת ההתקשרות ותקופת ההתקשרות המוארכת (ככל שתהיה), כמפורט בסעיף 20 להלן.

9. עיון במסמכי המכרז

9.1. מסמכי המכרז לא כולל הבריף האסטרטגי הנזכר בסעיף 9.2 להלן, יהיו פתוחים לעיון ללא תשלום באתר האינטרנט למכרזים של האוניברסיטה <https://tenders.tau.ac.il/tenders> והנוסח המופיע בו הוא הנוסח המחייב.

9.2. תשומת הלב מופנית לכך שהמכרז כולל בריף אסטרטגי. בריף זה יימסר רק למי שנקבע לגביו כי הצעתו עומדת בתנאי הסף והוא חתם על התחייבות לשמירת סודיות בנוסח המצורף כנספח י' ובכפוף לכך.

9.3. מסמכי המכרז, למעט הבריף האסטרטגי, יועמדו לעיון במזכירות יחידת ההספקה, בניין מחסנים ובטחון, קומה ג', חדר מס' 301, אצל הגב' קלי שאלתיאל, טל' לבירורים 03-6408631, קריית האוניברסיטה, רמת אביב, תל-אביב ובאתר האוניברסיטה בכתובת <http://www.tau.ac.il>.

9.4. יש להדפיס את מסמכי המכרז מאתר האוניברסיטה ולהגיש על גביהם את ההצעה. אין לשנות את מסמכי המכרז.

10. פרטים נוספים, הבהרות ושינויים

10.1. מציע המעוניין לשאול שאלות, להעלות השגות, לקבל הסברים נוספים והבהרות למסמכי המכרז ולאישור הביטוח הנדרש (נספח ט'), יוכל לעשות זאת בכתב בלבד, עד למועד המצוין בסעיף 2 לעיל, באמצעות פניה בדואר אלקטרוני בלבד, שעליו לשלוח במקביל, עד למועד המצוין בסעיף 2 לעיל, לשני נציגי האוניברסיטה המפורטים להלן:

שם הנציג	תפקיד	דוא"ל
משה איטח	מנהל צוות מכרזים	mosheit@tauex.tau.ac.il
עידן כהן	עורך המכרז	idanc1@tauex.tau.ac.il

10.2. שאלות יוגשו בקובץ WORD בטבלה במבנה המפורט להלן בלבד:

מס"ד	עמוד	סעיף	נוסח קיים	שאלה

10.3. כל פניה תכלול את שם המציע, שם הפונה מטעמו, מספר טלפון וכתובת הדואר האלקטרוני שאליה תשלח האוניברסיטה את התשובות.

10.4. מובהר כי העברת שאלות ומתן או אי מתן תשובות אינם דוחים את המועד האחרון להגשת הצעות.

10.5. האוניברסיטה תענה לשאלות ההבהרה באמצעות פרסום התשובות באתר המכרזים עד למועד המצוין בסעיף 2 לעיל. האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות לשלוח את התשובות בדוא"ל, לכל מי שפנה אליה כאמור לעיל.

10.6. האוניברסיטה אינה מתחייבת לענות על שאלות שיופנו אליה והיא רשאית לענות על חלק מהשאלות או לענות באופן חלקי על שאלות מסוימות.

10.7. כל הבהרה ו/או שינוי ו/או תיקון ו/או עדכון ו/או תוספת אשר ייערכו ע"י האוניברסיטה בקשר עם המכרז, מיוזמתה ו/או כמענה לשאלות של מציעים פוטנציאליים, יפורסמו באתר המכרזים, ולמציע לא תהא כל טענה כלפי האוניברסיטה בעניין אי קבלת המידע. כל שינוי ו/או תוספת למכרז, לפני המועד האחרון להגשת ההצעות, בין ביוזמת האוניברסיטה ובין בעקבות שאלות הבהרה של מציעים פוטנציאליים, יעשה ע"י האוניברסיטה, לפי שיקול דעתה, ויחייב את המציעים.

- 10.8. **תשובות, הבהרות והודעות שינוי שיפורסמו באתר המכרזים ו/או שישלחו למציעים, יצורפו על ידם להצעתם, כשהן חתומות על ידם בתחתית כל עמוד, וזאת לאישור כי הללו אכן התקבלו על ידם, הובנו ונלקחו בחשבון בעת הכנת ההצעות. תשובות, הבהרות והודעות שינוי כאמור, יהיו חלק בלתי נפרד מהצעת המציע ומתנאי המכרז.**
- 10.9. למען הסר ספק מובהר, כי לא יהיה תוקף לכל הבהרה של האוניברסיטה, אלא אם ניתנה בכתב, ופורסמה באתר המכרזים ו/או אם נשלחה בדואר אלקטרוני.
- 10.10. האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות לבצע תיקונים ו/או שינויים בתנאי המכרז ובמסמכיו, ולהבהיר הבהרות מטעמה גם לאחר פרסום התשובות לשאלות ההבהרה, בין אם מיוזמתה ובין אם כמענה לפניות מציעים פוטנציאליים. **תיקונים, שינויים והבהרות כאמור, יפורסמו באתר המכרזים.**
- 10.11. בכל מקרה של סתירה ו/או אי התאמה העולים ממסמכי המכרז ובו לא נדרשה הבהרה ע"י המציעים (כולם או חלקם) או ניתנה הבהרה ע"י האוניברסיטה, פרשנות ועדת המכרזים של האוניברסיטה (להלן: **"ועדת המכרזים"**) תחשב לכל דבר ועניין כפרשנות המחייבת, והמציעים יהיו מנועים מלהעלות טענות כלשהן בדבר אי בהירות, סתירה ו/או אי התאמה במסמכי המכרז.

באחריות המציע להתעדכן באתר המכרזים שכתובתו היא: <https://tenders.tau.ac.il/tenders>

11. ההצעה הכספית

- 11.1. ההצעה הכספית תיערך ותוגש על גבי טופס ההצעה הכספית **נספח ב'** בלבד, כשהיא מלאה וחתומה כנדרש, החתימה תהיה של מורשי החתימה בצרוף חותמת התאגיד. במקרה בו המציע לא ימלא את כל הנדרש, רשאית ועדת המכרזים לפסול את ההצעה כולה ו/או חלקים ממנה, בהתאם לשיקול דעתה.
- 11.2. אין לבצע מחיקות בטיפקס. כל מחיקה תיעשה ע"י שרטוט קו על פני הפרט השגוי, ורישום הפרט הנכון בצדו. ליד התיקון, יחתמו מורשי החתימה בצרוף חותמת התאגיד.
- 11.3. כל המחירים שיינתנו על ידי המציע בטופס ההצעה הכספית עבור אספקת השירותים הינם מחירים סופיים, קבועים ומלאים הכוללים את מלוא התמורה, לרבות הרווח וכולל את כל העלויות וההוצאות הכרוכות באספקת המוצרים והשירותים לאוניברסיטה וכוללים את הוצאות המשרד, הרווח, העובדים, הוצאות נסיעה, היטלים, מיסים (למעט מע"מ) וכל עלות והוצאה אחרת.
- 11.4. המציע **אינו רשאי** להציע עמלה **שלילית או אפסית**. ועדת המכרזים תהא רשאית לפסול את הצעתו של מציע שהצעתו תעלה על המחיר המירבי שפורט בטופס ההצעה הכספית, בהתאם לשיקול דעתה המוחלט והבלעדי של ועדת המכרזים.
- 11.5. יש למלא את כל הנדרש בטופס ההצעה הכספית במקומות המתאימים בעט עם דיו בצבע כחול.
- 11.6. התמורה למציע הזוכה תשולם בגין אספקת הטובין וביצוע השירותים בפועל כמפורט בהסכם ההתקשרות **נספח ח'** למכרז זה ועל פי המחיר שיפורט על ידו בהצעתו הכספית.
- 11.7. אין לשנות את טופס ההצעה הכספית, אין להתנות עליו ואין לסייגו. רישום הסתייגות ו/או הערה ו/או אי מילוי כנדרש (כמפורט בסעיפים לעיל) עלול לגרום לפסילת ההצעה והכל בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי של ועדת המכרזים.
- 11.8. המציע הזוכה לא יהיה זכאי לדרוש ולא יקבל כל תמורה אחרת ו/או נוספת בכסף או בשווה כסף ו/או טובת הנאה כלשהי ו/או מתנה עבור מתן וביצוע השירותים בפועל, מלבד התמורה שתשולם על בסיס המחיר שהציע בהצעתו הכספית בלבד.

12. הגשת ההצעה

- 12.1. מציע יכול להגיש הצעה אחת בלבד. ועדת המכרזים תהא רשאית לפסול מציע שיגיש יותר מהצעה אחת, בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי והמוחלט.
- 12.2. יש להגיש את ההצעה בשפה העברית כשהיא חתומה, מלאה ושלמה **ב- 2 עותקים**: מקור אחד שיסומן כ**"מקור"** והעתק זהה למקור שיסומן כ**"העתק"**.

12.3. יש להגיש את מסמכי המכרז על נספחיהם עפ"י סדר הופעתם במכרז.

12.4. במקומות בהם נדרש למלא פרטים באופן ידני, יש למלא בעט עם דיו בצבע כחול.

12.5. ההצעה תוגש במעטפה חיצונית אחת סגורה היטב (שתכיל שתי מעטפות פנימיות) כמפורט להלן:

12.5.1. מעטפה חיצונית אחת סגורה היטב ובתוכה 2 מעטפות פנימיות סגורות היטב כמפורט בסעיפים 12.5.2 ו- 12.5.3 להלן. על המעטפה לא יהיו כל סימני זיהוי פרט לכיתוב: "מכרז מס' הס. 26/2020 למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה עבור אוניברסיטת תל אביב".

אין לרשום פרט מזהה כלשהו על גבי המעטפה!

12.5.2. מעטפה מס' 1

המעטפה הפנימית הראשונה תכלול רק את ההצעה הכספית וצרופיו (נספח ב', נספח ב'1 ונספח ב'2) למכרז מלאה וחתומה ע"י המציע כנדרש, בשני (2) עותקים (מקור אחד שיסומן "מקור" ועותק זהה למקור שיסומן "העתק").

המעטפה תהיה סגורה היטב ולא תישא עליה סימני זיהוי כלשהם, מלבד הכיתוב: "מכרז מס' הס. 26/2020 למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה עבור אוניברסיטת תל אביב – מעטפה מס' 1".

את המעטפה יש לסגור היטב ולהכניסה למעטפה החיצונית.

12.5.3. מעטפה מס' 2

המעטפה הפנימית השנייה תכלול את כל המסמכים האחרים (מסמכי המכרז כולל הסכם ההתקשרות, כל האישורים נדרשים להוכחת תנאי הסף ומסמכי הבהרות (ככל שיהיו), וכל מסמך נדרש), אשר יוגשו בשני (2) עותקים (מקור אחד שיסומן "מקור" ועותק זהה למקור שיסומן "העתק").

המעטפה תהיה סגורה היטב ולא תישא עליה סימני זיהוי כלשהם, מלבד הכיתוב: "מכרז מס' הס. 26/2020 למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה עבור אוניברסיטת תל אביב – מעטפה מס' 2".

את המעטפה יש לסגור היטב ולהכניסה למעטפה החיצונית.

12.6. יש להקפיד להכניס את ההצעה הכספית למעטפה הפנימית הראשונה **ולא** להכניסה כשהיא לא במעטפה, למעטפה החיצונית.

12.7. על המציע להקפיד לציין את הצעת המחיר **רק** בטופס ההצעה הכספית אשר תוכנס למעטפה מס' 1 ולא לציין את הצעת המחיר במסמכי המכרז האחרים. האוניברסיטה תהא רשאית לפסול על הסף הצעה אשר תכלול את הצעה הכספית של המציע במסמכים אחרים מלבד ההצעה הכספית.

12.8. מודגש בזאת כי אין לציין את ההצעה הכספית על גבי הסכם ההתקשרות **נספח ח'**.

12.9. על המציע לוודא כי ההצעה המוגשת על ידו כוללת את כלל מסמכי המכרז ומצורפים אליה כל המסמכים כנדרש וכן כוללת את כל הפרטים הנדרשים והיא חתומה כנדרש.

12.10. ההצעה תוגש לאחר שהושלמה, מולאה ונחתמה כנדרש וכשהיא מכילה את כל המסמכים הנדרשים.

12.11. לתשומת לב המציעים, אם כמות המסמכים רבה, באופן שאינו מאפשר הכנסת שני חלקי ההצעה לתוך מעטפה שלישית חיצונית, אזי ניתן להגיש בנפרד את שתי המעטפות ולהכניסן בנפרד לתוך תיבת המכרזים. אם בשל כמות החומר לא ניתן להכניס אחת או יותר מן המעטפות לתוך תיבת המכרזים, יש לפעול עפ"י הנחיות עובד/ת האוניברסיטה.

12.12. את המעטפה הסגורה יש להחתיים בשעון האלקטרוני (הנמצא בסמוך לתיבת המכרזים) ולהפקיד בתיבת המכרזים מס' 1 במשרדי אוניברסיטת תל-אביב, (כניסה משער 14), בניין לוגיסטיקה ובטחון (ניתן לראות את מיקום הבניין במפת הקמפוס שבאתר האינטרנט של האוניברסיטה), קומה ג', חדר מס' 301 בין השעות: 09:00 - 15:00 אצל הגב' קלי שאלתיאל עד למועד האחרון להגשת הצעות המצוין בסעיף 2 לעיל, תשומת הלב כי המועד האחרון הוא עד לא יאוחר מהשעה 12:00 בצהריים בדיוק!

12.13. על המציע לוודא כי המעטפה הסגורה הוחתמה ע"י השעון האלקטרוני כאמור לעיל וצוינו על גביה תאריך ושעת הגשת ההצעה, בטרם הפקדתה בתיבת המכרזים.

12.14. את ההצעה יש להגיש במסירה ידנית בלבד (ולא באמצעות הדואר!).

12.15. המציעים לא יוכלו להיכנס לשטח האוניברסיטה עם רכב.

12.16. על המציע לבדוק בעצמו את כדאיות הסכם ההתקשרות, הזכויות המשפטיות בו וכל דבר אחר שיש לו, לדעת המציע, חשיבות ו/או משקל בהחלטתו אם להגיש הצעה ואם להתקשר עם האוניברסיטה בהסכם במידה שהצעתו תזכה. המציע יברר את כל האמור בעצמו, על אחריותו ועל חשבונו, והוא יהיה מנוע מלטעון כל טענה כלפי האוניברסיטה ו/או מי מטעמה, עקב כך.

13. מועד אחרון להגשת הצעות

13.1. המועד האחרון להגשת ההצעות הינו כמצוין בסעיף 2 לעיל.

הצעה שלא תימצא בתיבת המכרזים עד למועד והשעה המצוינים בסעיף 2 לעיל כמועד האחרון להגשת הצעות - לא תתקבל ולא תובא לדיון בפני ועדת המכרזים!

13.2. האוניברסיטה רשאית, לפי שיקול דעתה הבלעדי, לדחות את המועד האחרון שנקבע להגשת ההצעות בכל עת לפני פתיחת ההצעות, ובלבד שהודעה על כך תפורסם באתר למכרזים. הודיעה האוניברסיטה על דחיית המועד האחרון, ייחשב המועד שנקבע בהודעה המאוחרת יותר של האוניברסיטה, כ"מועד האחרון" במכרז זה, לכל דבר ועניין ובכל מקום במסמכי המכרז.

14. הליך בחירת המציע הזוכה

14.1. המכרז הינו מכרז עם בחינה שלבית של ההצעה שעמדה בתנאי הסף, אשר ינוהל באופן האמור להלן:

שלב	תיאור השלב
א	בדיקת עמידה בתנאי סף – כמפורט בסעיף 14.2 להלן.
ב	בדיקת איכות ההצעות הכשירות אשר עברו את שלב א'- כמפורט בסעיף 14.3 להלן. שלב זה מהווה 65% מהציון המשוקלל להצעה.
ג	בדיקת ההצעות הכספיות אשר עברו את כלל השלבים לעיל- כמפורט בסעיף 14.4 להלן. שלב זה מהווה 35% מהציון המשוקלל להצעה.
ד	חישוב הניקוד הכולל ובחירת ההצעה/ות הזוכה/ות

14.2. שלב א' - בדיקת עמידה בתנאי הסף

14.2.1. בשלב זה תיבדקנה ההצעות לצורך קביעת עמידת המציע בתנאי הסף המנהליים והמקצועיים המופיעים בסעיפים 5.1 ו- 5.2 לעיל. האוניברסיטה רשאית לפסול, בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי, כל הצעה שלא עמדה בכל תנאי הסף, ו/או כל הצעה שלא צורפו אליה כלל המסמכים הנדרשים ו/או אם יתגלה כי פרט מפרטי ההצעה כלל מידע לא נכון או לא מלא.

14.3. שלב ב' - בדיקה איכותית (יהווה 65% מסך שקלול ההצעה)

בשלב זה ייבדקו ההצעות שעמדו בתנאי הסף ע"י וועדת האיכות של האוניברסיטה.

צוות הבדיקה יבחן את הצעת המציע על היבטיה המקצועיים השונים והתאמת הפתרון המוצע לאוניברסיטה. צוות הבדיקה יסתמך על הצעת המציע, הבהרותיו לפניויות (ככל שיהיו כאלה), פניה לחלק מלקוחות המציע לקבלת המלצה וכל מידע רלוונטי נוסף שיעמוד לרשות צוות הבדיקה. לצוות הבדיקה, הזכות לראיין את מי מבעלי התפקיד המוצעים ולדרוש מן המציעים להציג את הפתרון המוצע על ידם.

צוות הבדיקה יבדוק את ההמלצות ואת המצגת על פי אמות המידה המפורטות להלן.

14.3.1. המלצת לקוחות:

מס' נקודות מקסימלי	אופן הבדיקה	דרישות האיכות
עד 5 נק'	<p>המציע יצרף בנספח ו'1 למסמכי המכרז רשימה המונה לפחות עשרה (10) לקוחות להם המציע מעניק שירותי פרסום הנדרשים במכרז.</p> <p>על המציע למלא את נספח ו'1 למכרז ולרשום עבור כל לקוח את איש הקשר מטעם הלקוח אשר אמון ליתן חוות דעת על המציע. איש הקשר מטעם המציע יכול שיהיו מנהלי שיווק ו/או סמנכ"לי שיווק ו/או ממלאי תפקידים דומים שעבדו או העובדים באופן ישיר עם המציע.</p> <p>על המציע למנות עשרה (10) לקוחות להם מעניק המציע את השירותים האמורים במשך שמונה (8) חודשים לפחות ברציפות וזאת החל משנת 2017 ואילך.</p> <p>האוניברסיטה, באמצעות נציגות צוות הבדיקה, תשוחח עם שלושה (3) מבין הלקוחות שיבחרו על פי שקול דעתה הבלעדי.</p> <p>המדדים שיבדקו:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ איכות כח האדם ✓ עמידה ביעדים ולוחות זמנים ✓ מקצועיות ✓ איכות מתן השירותים <p>אופן חישוב ניקוד:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. נציגות צוות הבדיקה ישוחח עם שלושה (3) מלקוחות המציע אשר יתנו את ציוניהם למדדים הנ"ל. 2. הציונים שיינתנו ע"י לקוחות המציע יהיו מ-1 (הכי נמוך) עד 5 (הכי גבוה). 3. לאחר מכן, יחוברו כלל הציונים שיינתנו ע"י לקוחות המציע ויחולקו במספר המדדים הנבדקים (4). 4. ממוצע הציונים יהווה את ציונו הסופי של המציע לפרמטר זה 	המלצת לקוחות
5 נק'	סה"כ	

14.3.2. מצגת:

- 14.3.2.1. המצגת תוכן על בסיס חומר רקע והנחיות למצגת שיימסרו למציעים שיעברו את שלב בדיקת קריטריוני הסף.
- 14.3.2.2. המצגת תימשך 100 דקות ברוטו.
- 14.3.2.3. המצגת תקבל ניקוד על פי דרישות האיכות המפורטת בטבלה שלהלן:

מס' נקודות מקסימלי	אופן הבדיקה	דרישות האיכות
עד 5 נק'	<ul style="list-style-type: none"> • התרשמות כללית • הצגת המשרד (ותק, יציבות, יתרונות ובידול, פרסים וכיו"ב) • לקוחות • הצגת מחלקות המשרד ותחומי התמחות - מספר האנשים בכל מחלקה • ניסיון הצוות הבכיר + הצוות שמיועד לעבודה עם האוניברסיטה • תהליך העבודה 	היכרות עם המשרד

מס' נקודות מקסימלי	אופן הבדיקה	דרישות האיכות
	<ul style="list-style-type: none"> התרשמות מהמשרד שייתן שירותי פרסום לחברה החרדית ומניסיונו <p>יתרת הפרטים אודות המציע יועברו ע"י המציע בנפרד בכתב, בהתאם לנדרש בנספח א' למכרז.</p> <p>משך זמן מוערך ומוצע* : 5 דקות</p>	
עד 14 נק'	<ul style="list-style-type: none"> שני (2) Case Studies מלקוחות המציע, בדגש על יישום אסטרטגי, קריאייטיב חדשני ופעילות תוכן <ul style="list-style-type: none"> קמפיין חדשני/יצירתי דיגיטלי שבו נעשה שימוש במדיית דיספליי או בווידיאו וברשתות חברתיות - בפלטפורמות של נייד וניח - עד 3 נקודות. גיבוש אסטרטגיית תוכן ארוכת טווח, לרבות הצגת מסע לקוח + המחשת שתי פעילויות נקודתיות המיישמות אסטרטגיה זו - עד 3 נקודות. פעילות אופליין - עיתונות, רדיו או שילוט חוצות - עד 3 נקודות. שני (2) Case Studies נוספים בדגש על תהליך מדיה אשר נעשה עבור קמפיין מוטה לידים. יש להציג בפירוט את הנחות הבסיס ותובנות, לצד המערכות בהן נעשה שימוש: <ul style="list-style-type: none"> מאפייני קהל המטרה, הצבת יעדים, טרגוט, תכנון, רכש ובקרת מדיה, תוצאות. מומלץ להתייחס למערכות פרוגרמטיות, צביעת קהלים, אופטימיזציה של מדיה ו/או קריאייטיב, טכניקות של ריטרגטינג, שימוש בגוגל (מנוע חיפוש, רשת תוכן, גימייל) ובמדיה חברתית, שילוב ערוצי אפיליאייט וכיו"ב - עד 5 נקודות. <p>משך זמן מוערך ומוצע* : 20 דקות.</p>	הצגת Case Studies 4 מהשנתיים האחרונות של לקוחות המציע
עד 8 נק'	<p>בעקבות חומר הרקע, האתגרים השיווקיים והמיתוג של האוניברסיטה יש להציג את אסטרטגיית הדיגיטל, ואת העקרונות המנחים אשר יישמו את האסטרטגיה התקשורתית המעודכנת של אוניברסיטת ת"א. ניתן להציג תובנות משימוש בכלי מחקר וניטור ולבחון מתחרים.</p> <p>מובהר ומודגש שאין להשקיע זמן מיותר בחזרה על הרקע שתואר בפירוט בבריף שצורף למסמכי המכרז - עזרו לנו להתרשם שהבנתם את הבריף וספרו לנו משהו חדש על עצמנו.</p> <p>משך זמן מוערך ומוצע* : 15 דקות.</p>	אסטרטגיית דיגיטל מוצעת לאוניברסיטה
עד 20 נק'	<ul style="list-style-type: none"> קמפיין יום פתוח שמביא את מיתוג האוניברסיטה לידי ביטוי ומייצר שפה דיגיטלית שתלווה את האוניברסיטה בפעילותה בהמשך (תדמיתי ומכירתית) - עד 7 נקודות. המחשה כיצד הקמפיין בא לידי ביטוי גם באופליין בדגש על עיתונות ושילוט חוצות - עד 3 נקודות. קונספט לנוכחות תוכן ארוכת טווח למותג האוניברסיטה (owned + earned) + דוגמא לפעילות נקודתית המיישמת את הקונספט האמור - עד 5 נקודות. קמפיין נקודתי לגיוס סטודנטים ללימודי פילוסופיה - עד 5 נקודות. <p>משך זמן מוערך ומוצע* : 25 דקות.</p>	פתרונות קריאטיביים בהתאם לבריף
עד 9 נק'	<ul style="list-style-type: none"> תובנות כלליות: הסבר על חוזקות ובידול המציע בעולמות תכנון, רכש ובקרת מדיה כגון : כוח קניה, מומחיות צוות המדיה, מומחיות בעולם הלימודים או בלקוחות מוטי לידים, ניסיון בעולמות הפרפורמנס כולל גוגל, נסיון בעולמות ה-Native advertising, ניסיון רכש מדיה ברשתות חברתיות - כולל לינקדאין, שימוש במערכות פרוגרמטיות, ניהול טיוב 	תובנות ותמהיל מדיה

<u>מס' נקודות מקסימלי</u>	<u>אופן הבדיקה</u>	<u>דרישות האיכות</u>
	<p>data, שימוש בדשבורד, תובנות הרלוונטיות לטרגוט, תהליך בקרה ואופטימיזציה של קמפיינים, וכיו"ב - עד 3 נקודות.</p> <ul style="list-style-type: none"> פתרון מדיה (רציונאל ופריסה) דיגיטלית ליום הפתוח בהתאם לבריף. תקציב כולל בדיגיטל של 250,000 ש"ח + מע"מ – עד 3 נקודות. פתרון מדיה (רציונאל ופריסה) לקהל סגמנטאלי של האוניברסיטה – לימודי תואר ראשון בפילוסופיה. 20,000 ש"ח + מע"מ - עד 3 נקודות. <p>משך זמן מוערך ומוצע*: 20 דקות.</p>	
עד 4 נק'	<p>המחשה כיצד ניתן להתאים את הקמפיין למגזר החרדי הן בקריאייטיב והן בתוכנית מדיה שנתית המותאמת למגזר החרדי בסכום של עד 100,000 ₪ כולל מע"מ.</p> <p>משך זמן מוערך ומוצע*: 15 דקות.</p>	התאמה למגזר החרדי
60 נק'	סה"כ	

אופן חישוב ניקוד:

1. כל חבר בצוות הבדיקה ינקד את רכיב המצגת באופן אישי.
2. הציונים אשר יתן כל חבר צוות הבדיקה עבור כל דרישת איכות ינוקדו בהתאם לניקוד המקסימלי בכל דרישת איכות הנע מ- 0 (הכי נמוך) לניקוד המקסימלי (ציון מירבי).
3. הניקוד לאותה דרישת איכות יחושב באופן הבא:

$$\frac{\text{ממוצע ציוני צוות האיכות לאותה דרישת האיכות X הניקוד המקסימלי לדרישת איכות}}{100}$$

4. חיבור כלל הציונים אשר ניתנו עבור כל דרישת איכות יהווה את ציונו הסופי של המציע עבור המצגת.

- הערכה להקצאת הזמנים מוצעת ע"י האוניברסיטה, והינה לשיקול דעת המציע בלבד בהתאם לתוכן המצגת הספציפית. היא אינה מהווה חלק מהניקוד כל עוד לא חרג המציע מהזמן המוקצה למצגת כאמור בסעיף 14.3.2.2 לעיל.

14.3.3. רק מציעים שציון האיכות הכולל שלהם (סעיף 14.3.1 + סעיף 14.3.2) יהיה **49** נקודות ומעלה יקבעו כקבוצת המציעים הסופית ויעפילו לשלב בדיקת ההצעה הכספית, כפי שיפורט בהמשך.

אם אף הצעה **לא קיבלה** את ניקוד האיכות המינימאלי הנדרש לחלק של המצגת או אם רק הצעה אחת קיבלה את ניקוד האיכות המינימאלי הנדרש למצגת, רשאית ועדת המכרזים לקבוע ניקוד סף איכותי נמוך יותר, בגובה של 47 נקודות וכן הלאה עד למינימום של 37 נקודות במדרג קבוע של 2 נקודות.

14.4. **שלב ג' - בדיקת ההצעה הכספית (יהווה 35% מסך שקלול ההצעה)**

- 14.4.1. לצורך שקלול ניקוד מחיר ההצעה הכספית מטעם המציע שנכלל ברשימת המציעים הסופית, יחושב הניקוד כך:

סעיף	קטגוריה	ניקוד מירבי	אופן חישוב הניקוד המירבי
1.	קמפיין באנרים/ דיוור באתרי מאס מדיה או אתרי נישא קמפיין וידיאו באתרי מאס מדיה או באתרים יעודיים (לא כולל יוטוב ופייסבוק שאינו מנוהל בצורת RTB). קמפיין מובייל באפליקציות ובאתרי מאס מדיה תוכן שיווקי ושיתופי פעולה באתרים דוגמת הקמת ערוץ/תת ערוץ יעודי	3	לכל הצעה תיקבע עלות הצעה שתחושב כך : עלות ההצעה = החזר העמלה המוצע - 100 ההצעה בעלת עלות הצעה הנמוכה ביותר תקבל את מספר הנקודות המירבי האפשרי וכל שאר ההצעות יקבלו נקודות יחסית אליה, לפי החישוב הבא : [ההצעה בעלת עלות הצעה הנמוכה ביותר לחלק לעלות ההצעה של ההצעה הנבדקת] * 3
2.	קמפיין פרפורמנס, כולל : גוגל, פייסבוק, אינסטגרם, לינקדאין, ורשתות חברתיות נוספות. לרבות : מנוע חיפוש, רשתות תוכן, רשתות דיספליי, מייל, יוטוב, באנרים, וידיאו (ארטימדיה), פוסטים מקודמים וכיו"ב שימוש במערכות הגשה RTB כגון DV360	13	לכל הצעה תיקבע עלות הצעה שתחושב כך : עלות ההצעה = העמלה המוצעת + 100 ההצעה בעלת העלות הנמוכה ביותר תקבל את מספר הנקודות המירבי האפשרי, וכל שאר ההצעות יקבלו נקודות יחסית אליה, לפי החישוב הבא : [עלות ההצעה של ההצעה בעלת עלות ההצעה הנמוכה ביותר לחלק עלות ההצעה של ההצעה הנבדקת] * הניקוד המירבי לאותה קטגוריה
3.	קמפיין תוכן במודל פרפורמנס (דוגמת טאבולה, אווטברין וספקים נוספים)	1	
4.	עמלת ביצוע עבודת מיתוג ועיצוב עם ספק חיצוני של האוניברסיטה (להבדיל מפרילנסר איתו יש לספק התקשרות שוטפת!)	1	
5.	הפקה דיגיטל ואופליין	9	לכל הצעה תיקבע עלות הצעה שתחושב כך : עלות ההצעה = החזר העמלה המוצע - 100 ההצעה בעלת עלות הצעה הנמוכה ביותר תקבל את מספר הנקודות המירבי האפשרי וכל שאר ההצעות יקבלו נקודות יחסית אליה, לפי החישוב הבא : [עלות ההצעה של הצעה בעלת עלות ההצעה הנמוכה ביותר לחלק עלות ההצעה של ההצעה הנבדקת] * 9
6.	מחירון הפקה מודעות בעיתונות	6	לכל הצעה תיקבע עלות הצעה שתחושב כך : ההצעה בעלת סיכום העלות המשוקללת (שורה D נספח ב'2) הנמוכה ביותר תקבל את מספר הנקודות המירבי האפשרי וכל שאר ההצעות יקבלו נקודות יחסית אליה, לפי החישוב הבא : [ההצעה בעלת סיכום העלות המשוקללת הנמוכה ביותר לחלק עלות ההצעה בעלת סיכום העלות המשוקללת הנבדקת] * 6
7.	ריטיינר ניהול דף ברשת חברתית דוגמת פייסבוק, אינסטגרם, לינקדאין בהתאם למפורט במפרט השירותים נספח א סעיף 7	2	לכל הצעה יחושב המחיר לאחר ההנחה המוצעת, לפייסבוק האוניברסיטאי. ההצעה בעלת המחיר הנמוך ביותר תקבל את מספר הנקודות המירבי האפשרי, וכל שאר ההצעות יקבלו נקודות יחסית אליה, לפי החישוב הבא : [אחוז ההנחה הנבדקת לחלק באחוז ההנחה הגבוה ביותר] * 2
סה"כ		35 נקי	

14.4.2. מציע אשר לא ימלא את כלל נספחי הצעת המחיר (נספח ב', נספח ב'1 ונספח ב'2) הצעתו תיפסל ולא תובא לדין בפני ועדת המכרזים.

14.5. שלב ד' - בחירת ההצעה הזוכה ומתן עדיפות

14.5.1. בתום כל שלבי המכרז, ההצעה הכשירה שתהיה בעלת הניקוד המשוקלל המצטבר הגבוה ביותר בשילוב ציון האיכות והציון הכלכלי, תהיה ההצעה הזוכה.

14.5.2. האוניברסיטה תבחר במציע אשר עמד בכל התנאים שפורטו לעיל והצעתו תמצא כהצעה בעלת הניקוד הכולל הגבוה ביותר כמציע הזוכה במכרז. ככל ויהיו הצעות זהות מבחינת הניקוד הסופי – הן מבחינת מרכיב האיכות והן מבחינת המרכיב הכלכלי – יחולו הוראות סעיף 16 להוראות המכרז.

15. בחירת ההצעה הזוכה - הערות כלליות

15.1. בכוונת האוניברסיטה לבחור זוכה אחד.

15.2. האוניברסיטה אינה מתחייבת לקבל את ההצעה שקיבלה את הניקוד הגבוה ביותר או כל הצעה שהיא.

15.3. היה וכל הצעות המחיר של ההצעות הכשירות כהגדרתן לעיל יחרגו מהאומדן לרעת האוניברסיטה, רשאית ועדת המכרזים לקיים הליך תחרותי נוסף. ההחלטה אם לקיים במקרה כזה הליך תחרותי נוסף או לא, תהא נתונה לשיקול דעתה הבלעדי והמוחלט של ועדת המכרזים, וזאת גם אם יתקיים התנאי לכך כאמור בסעיף זה.

15.4. במקרה בו בחרה הוועדה לקיים הליך תחרותי נוסף, ועדת המכרזים תודיע בכתב למציעים של הצעות אלו, ולהם בלבד, כי הם רשאים להגיש לתיבת המכרזים במועד שתקבע ועדת המכרזים הצעה כספית סופית משופרת על גבי טופס ההצעה הכספית (נספח ב' למסמכי המכרז). ההצעה הכספית המשופרת תיחשב להצעה הכספית הסופית והקובעת של אותו מציע במכרז ותחליף את ההצעה הכספית המקורית שהגיש.

15.5. לא נענה מציע מהמציעים כאמור לעיל, להצעת ועדת המכרזים להגיש הצעה כספית משופרת במסגרת ההליך התחרותי הנוסף בהתאם לדרך ובמועד שוועדת המכרזים קבעה או שהגיש הצעה כספית שאינה משופרת, יראו את ההצעה הכספית המקורית שהגיש כהצעתו הכספית הסופית והקובעת במכרז. ועדת המכרזים תבדוק את כל הצעות הכספיות של המציעים הנ"ל, לרבות הצעותיהם הכספיות הראשונות ותיתן את החלטתה הסופית בהתאם להוראות סעיף 14.4 לעיל. אם לאחר קיום ההליך התחרותי עדיין כל ההצעות הכשירות תחרוגנה מהאומדן, יופעל ההליך הנ"ל שוב ככל הנדרש בכפוף להחלטה של ועדת המכרזים לקיים הליך תחרותי נוסף.

15.6. במקרה בו שתי הצעות או יותר זכו לניקוד זהה ודורגו במקום הראשון, האוניברסיטה תתן עדיפות להצעה בעלת ציון האיכות הגבוה. במקרה בו ציון האיכות זהה – האוניברסיטה תתן עדיפות להצעה הזולה ביותר. במקרה בו ציון האיכות זהה וההצעה הכספית זהה – האוניברסיטה תערוך הגרלה בין ההצעות השוות.

16. שוויון בהצעות

16.1. במקרה של שוויון בהצעות תינתן עדיפות ל"עסק בשליטת אישה", רק במידה שהוגש תצהיר רלבנטי מטעם המציע.

"עסק בשליטת אישה" – להצעה אשר מתקיים בה האמור בסעיף 2ב' לחוק חובת המכרזים, כלומר שהוגשה ע"י עסק בשליטת אישה, יצורפו אישור רואה חשבון ותצהיר כנדרש עפ"י חוק.

16.2. במקרה ולא תוגש הצעה מטעם "עסק בשליטת אישה", נתון שיקול הדעת המוחלט והבלעדי למזמינה, לקבוע, במקרה של שוויון בהצעות, האם לערוך הליך התמחרות נוסף (Best & Final), או האם לנקוט באופן אחר על מנת להשיג את מירב היתרונות למזמינה.

17. תוקף ההצעות

17.1. הצעת המציע תהיה בתוקף במשך תשעים (90) יום מהמועד האחרון להגשת ההצעות. לאחר תום תקופה זו, אם הליך בחירת הזוכה לא יסתיים, רשאית האוניברסיטה לבקש מן המציעים להאריך את תוקף הצעותיהם לתקופה נוספת של עד ששים (60) יום ובסה"כ ביחד עם התקופה הראשונה: מאה וחמישים יום (150), ובמקרה זה יהיה כל מציע רשאי להאריך את תוקף הצעתו בהתאם לבקשה או להודיע לאוניברסיטה על ביטול הצעתו. בקשה כאמור תשלח ע"י האוניברסיטה בכתב ו/או בדוא"ל.

- 17.2. הודעה על הסכמה להארכת תוקף ההצעות או על ביטול ההצעות, תשלח לאוניברסיטה ע"י המציע, לידי מר משה איטח או מר עידן כהן, באמצעות דוא"ל, וזאת בתוך שני (2) ימי עבודה מהרגע שבו נתבקש המציע להאריך את תוקף הצעתו או לבטלה.
- 17.3. בהעדר תשובה מן המציע בתוך הזמן האמור, תראה הצעתו כהצעה שבוטלה ע"י המציע.
- 17.4. ביטל המציע את הצעתו עפ"י האמור בסעיף 17.1 לעיל או עפ"י הדרך הקבועה בסעיף 17.3 לעיל, לא תהא לו כל טענה או תביעה כלפי האוניברסיטה.

18. בחירת כשיר שני

- 18.1. אם לא יעמוד הזוכה בדרישות המכרז ו/או ינהג שלא בתום לב ו/או ההתקשרות עמו לא תצא לפועל ו/או ההסכם עמו יבוטל מכל סיבה שהיא בתוך שלושה חודשים ממועד ההתקשרות, תהא רשאית האוניברסיטה בתקופה שתחילתה מיום מתן הודעה לזוכה ועד תום שלושה חודשים (או תקופה אחרת בהתאם להחלטת ועדת המכרזים), עפ"י שיקול דעתה הבלעדי, להתקשר עם המציע אשר הצעתו דורגה במקום השני (להלן: "הכשיר השני"), בהתאם לתנאי המכרז, להסכם ההתקשרות ולהצעתו של הכשיר השני, במקום עם המציע הזוכה.
- 18.2. היה והחליטה כן ועדת המכרזים של האוניברסיטה, תפנה אל הכשיר השני וזה מתחייב לענות לפניית האוניברסיטה תוך שבעה (7) ימי עבודה ולהודיעה על הסכמתו להיכנס לנעלי המציע הזוכה בכל הנוגע למכרז על כל תנאיו, דרישותיו וחלקיו.

19. זכות העיון במסמכי המכרז

- 19.1. המציע מצהיר, כי ידוע לו שעפ"י תקנות חובת המכרזים (התקשרויות של מוסד להשכלה גבוהה), תש"ע – 2010, (להלן: "התקנות"), ייתכן שתהיינה פניות של מציעים אחרים לראות את הצעתו במידה ויזכה.
- 19.2. מבלי לגרוע משיקול דעתה של האוניברסיטה וסמכותה על פי כל דין, מתבקש כל מציע לציין בהצעתו, בצורה מפורשת ובולטת במקום המיועד לכך במסמכי המכרז, מהם הנתונים ו/או המסמכים הכלולים בהצעה, אשר העיון בהם על ידי המציעים האחרים עלול, לדעת אותו מציע, לחשוף סוד מסחרי ו/או סוד מקצועי ואשר המציע מתנגד למסירתם לעיון כאמור (להלן: "בקשה לסודיות"). בקשה לסודיות, תתייחס באופן פרטני לפרקים ולסעיפים קונקרטיים בהצעה. בנוסף, על המציע לנמק במסגרת ההצעה את הטעמים לבקשת הסודיות עבור כל פרק וסעיף עבורם היא מתבקשת.
- 19.3. מובהר בזאת, כי האוניברסיטה תחליט, על פי שיקול דעתה הבלעדי והמוחלט, מהם הנתונים ו/או המסמכים אשר יחשפו לעיונם של המציעים האחרים, כחלק מזכות העיון המוקנות על פי התקנות, וזאת מבלי שלמציע תהיה כל טענה ו/או תביעה בקשר לכך. מבלי לגרוע מכלליות האמור, מובהר באופן מפורש, כי האוניברסיטה תהיה רשאית, על פי שיקול דעתה, לדחות כל בקשה לסודיות אשר הוגשה באופן כוללני ללא הפנייה לפרקים ולסעיפים קונקרטיים בהצעה ו/או שהמציע לא נימק כהלכה את הטעמים לבקשת הסודיות עבור מידע כאמור.
- 19.4. כמו כן מבהירה האוניברסיטה באופן מפורש, כי בכל מקרה, מידע המתייחס להוכחת עמידתו של המציע בתנאי הסף; ההצעה הכספית על כל רכיביה וכן מידע הנדרש לצורך מתן ציון האיכות, לרבות שמות ופרטי לקוחות ועובדים מטעם המציע וכן שמות ופרטי בעלי תפקידים (לרבות בעלי תפקידים מוצעים) מטעם המציע - אינם חסויים. המציע יישא באחריות המלאה והבלעדית ליידע, במידת הצורך, את הגורמים המאוזכרים בהצעתו, כי מידע אודותם נכלל בהצעה למכרז וכי מידע כאמור הנו כפוף לזכות עיון של מציעים אחרים במכרז, אשר ייתכן והנם מתחרים מסחריים של המציע.
- 19.5. תשומת לב המשתתפים מופנית בזאת במפורש לכך שהמציע יהיה מנוע ומושתק מלדרוש את מימושה של זכות העיון בנוגע למידע עבורו הגיש בקשת סודיות בקשר עם הצעתו, וזאת מבלי לגרוע מכל זכות העומדת לאוניברסיטה בקשר עם האמור.
- 19.6. זכות העיון נתונה למציע בהתאם לקבוע בתקנות. לבקשה לעיון כאמור יצורף שיק בנקאי לפקודת אוניברסיטת תל-אביב בסך 500 ₪ (כולל מע"מ), לכיסוי העלות הכרוכה בכך.

20. התחייבות מציע שיוכרז כזוכה במכרז

- 20.1. לאחר קבלת הודעת הזכייה, יתבקש המציע הזוכה לחתום על ההסכם המצורף **כנספח ח'** למכרז בשלושה (3) עותקים נוספים, כמקובל באוניברסיטה, ולהמציאם לאוניברסיטה תוך שבעה (7) ימי עבודה מקבלת ההודעה על הזכייה במכרז, בצירוף אישור עריכת ביטוח, בנוסח המצורף למסמכי המכרז **כנספח ט'** חתום ע"י חברת הביטוח, אשר יהיה תקף לאורך כל תקופת ההתקשרות ותקופת ההתקשרות המוארכת (ככל שתהיה).

- 20.2. חתימת האוניברסיטה על הסכם ההתקשרות מותנית במילוי כל ההתחייבויות הנדרשות מהמציע הזוכה. אם המציע הזוכה לא ימלא את כל הדרישות הנ"ל או לא יחתום על הסכם ההתקשרות כנדרש, ו/או לא ימציא אישור עריכת ביטוח כנדרש, האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות לא לחתום על הסכם ההתקשרות עם הזוכה.
- 20.3. במקרה שהמציע הזוכה לא יחתום על מסמכי ההתקשרות במועד שייקבע ע"י האוניברסיטה לאוניברסיטה, ו/או לא ימציא לידי האוניברסיטה את אישור עריכת הביטוח חתום ע"י חברת הביטוח הנזכר בסעיף 20.2 לעיל, תהיה האוניברסיטה רשאית לראות את ההצעה כבטלה מעיקרה ולבטל אלאחר את זכייתו במכרז ולתבוע מהמציע הזוכה את נזקה.

21. שינוי היקף המכרז או ביטול המכרז

- 21.1. לא יהיה בעצם פרסום המכרז, ו/או בקבלת הצעות, ו/או בבחינתן, התחייבות כלשהי כלפי מציע כלשהו, כל עוד לא יחתם ע"י האוניברסיטה והמציע הזוכה הסכם ההתקשרות (נספח ח').
- 21.2. האוניברסיטה רשאית לצמצם או להגדיל את היקף המכרז או לבטלו או לבטל חלקים ממנו, או לצאת למכרז חדש מכל סיבה שהיא, לרבות במקרה שההצעות המתקבלות הינן בלתי סבירות, גרעוניות, תכסיסניות, ו/או אינן עומדות בדרישות הסף, ו/או אינן עומדות בתנאי המכרז, ו/או כתוצאה משיבוש בלתי צפוי בלוחות הזמנים, בעיות תקציב וכיוצא באלה.
- 21.3. בנוסף לאמור לעיל ולאמור עפ"י כל דין, מובהר בזאת, כי האוניברסיטה תהא רשאית לבטל את המכרז גם בכל אחד מהמקרים האלה:
- 21.3.1. ההצעות שהוגשו הן במחיר נמוך או גבוה באופן מהותי או בלתי סביר מהמחיר שנראה לאוניברסיטה כמחיר הוגן וסביר למוצרים ו/או לשירותים, וזאת בהסתמך על המחיר אותו נוהגת האוניברסיטה לשלם עבור רכישת המוצרים ו/או השירותים נושא מכרז זה, ו/או המסגרת התקציבית שאושרה לרכישת המוצרים ו/או קבלת השירותים.
- 21.3.2. יש בסיס סביר להניח שהמציעים, כולם או חלקם, תיאמו הצעות מחיר ו/או פעלו בניסיון ליצור הסדר כובל.
- 21.4. החליטה האוניברסיטה על ביטול המכרז או על שינוי היקפו מכל סיבה שהיא, לא תהיה למי מן המציעים במכרז כל תביעה ו/או דרישה ו/או טענה כלפי האוניברסיטה ו/או כלפי עובדיה ו/או כלפי מי מטעמה/ם.

22. עדיפות בין מסמכים

- 22.1. מסמכי המכרז יתפרשו, ככל הניתן, כמקשה אחת וכמשלימים זה את זה.
- 22.2. בכל מקרה של סתירה ו/או אי התאמה בין מסמכי המכרז לבין נספחים א' ו-ב' למכרז (להלן: "הנספחים המקצועיים"), תינתן עדיפות לנספח המקצועי. נספח א' יגבר על האמור במסמכי המכרז האחרים, ובכלל זה על הסכם ההתקשרות. בכל מקרה של סתירה ו/או אי התאמה בין מסמכי המכרז לבין נספח שאיננו מקצועי, תינתן עדיפות למסמכי המכרז. בכל מקרה אחר, תכריע האוניברסיטה באופן סופי.
- 22.3. הסכם ההתקשרות (נספח ח') המצורף למכרז זה, על נספחיו, מהווה חלק בלתי נפרד ממכרז זה. יש לראות מכרז זה ואת ההסכם המצורף לו, על נספחיו, כמסמך אחד המשלים זה את זה. בכל מקרה של סתירה בין נוסח מכרז זה לבין נוסח ההסכם, ייעשה מאמץ ליישב בין שני הנוסחים. במקרים שבהם לא ניתן ליישב בין נוסח מכרז זה לבין נוסח ההסכם, יגבר נוסח ההסכם ויראו נוסח זה כנוסח המחייב את המציעים, ונוסח הכתוב במכרז זה. יחד עם זאת מובהר ומודגש כי נספח א' יגבר על האמור במסמכי המכרז האחרים, ובכלל זה על הסכם ההתקשרות.
- 22.4. בכל מקרה של סתירה ו/או אי התאמה בין האמור במודעה אשר פורסמה בעיתונות ו/או במסמכי המכרז המצויים בידי מי מהמציעים לבין מסמכי המכרז בנוסחם המעודכן האחרון הקיימים באתר האינטרנט של האוניברסיטה שכתובתו היא: <http://tenders.tau.ac.il>, יגברו האחרונים.

23. הוראות נוספות

- 23.1. מובהר בזאת, כי האוניברסיטה אינה מתחייבת בכל אופן שהוא, להזמין ממי מהמזיעים, לרבות ממזיע שהצעתו נבחרה ע"י ועדת המכרזים של האוניברסיטה כהצעה זוכה מוצרים ו/או שירותים בהיקף כלשהו, וכי האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות להזמין מוצרים ו/או שירותים מכל ספק אחר, עפ"י שיקול דעתה הבלעדי ועפ"י צרכיה.
- בהגשת הצעה למכרז זה מוותר בזאת המזיע באופן סופי ומוחלט על כל טענה ו/או דרישה בקשר לכך לרבות במקרה בו לא יוזמנו מוצרים ו/או שירותים כלל.
- 23.2. האחריות הכוללת לבדיקת המידע הינה של המזיע בלבד. לפיכך, כל הסתמכות של המזיע על מידע שנמסר ו/או יימסר לידיו ע"י האוניברסיטה במהלך המכרז, הינה באחריות המזיע בלבד. מובהר, כי האוניברסיטה לא תישא באחריות לכל סוג של נזק, אובדן ו/או הפסד שייגרם למי מהמזיעים ו/או למי מטעמו עקב הסתמכות על מידע כאמור, במישרין ו/או בעקיפין, ולא תהא למזיע טענה כי המידע שנמסר לו ע"י האוניברסיטה היה חסר ו/או מטעה.
- 23.3. המזיע אינו רשאי לשנות את מסמכי המכרז ובכלל זה הסכם ההתקשרות, להוסיף עליהם ו/או למחוק מהם, להסתייג ו/או לשנות מן האמור במסמכי המכרז ו/או להתנות עליהם, בין בגוף המסמכים ובין במכתב לוואי ובין בכל דרך אחרת שהיא. עם הזוכה במכרז ייחתם הסכם בנוסח המצורף כנספח ח', בכפוף להבהרות שפורסמו במסגרת הליכי המכרז (ככלל שפורסמו), ללא כל הסתייגויות נוספות.
- 23.4. כל שינוי ו/או תוספת במסמכי המכרז, ו/או כל הסתייגות לגביהם, אשר המזיע לא התבקש במפורש להוסיף ו/או להציע, בין אם נעשו באמצעות תוספת בגוף המסמכים ו/או במכתב לוואי או בכל דרך אחרת, לא יובאו בחשבון בעת הדיון בהצעה או בעת ההתקשרות על פיה, כאילו לא נכתבו, ואף עלולים לגרום לפסילתה של ההצעה, עפ"י שיקול דעת האוניברסיטה.
- 23.5. על אף האמור בסעיף 23.4 לעיל, ועדת המכרזים רשאית שלא לפסול הצעה שמולאה בסטייה מההוראות המפורטות בסעיף זה לעיל, אם שוכנעה, כי על אף הסטייה, ההצעה תואמת את דרישות המכרז, היא ברורה וחד משמעית וכי הסטייה כאמור נעשתה בתום לב.
- 23.6. המזמינה שומרת על זכותה לפנות למי מהמזיעים, בכל עת, הכל על פי שיקול דעתה המלא והבלעדי, בבקשה לקבלת הבהרות ו/או לבצוע השלמת מסמכים ו/או פרטים ו/או מידע, מכל מין וסוג שהם, הקשורים בהצעה שהגישו, לרבות בקשר עם התנאים המקדמיים ו/או בקשר עם ההצעה הכספית ובכלל האמור, בקשר עם כל טעות חישובית ו/או אחרת ו/או השמטה ו/או תוספת ו/או שינוי ו/או ליקוי ו/או פגם, מכל מין וסוג שהם ומכל סיבה שהיא שנתגלו באיזה מהמענים האמורים (לרבות בנסיבות בהן נגרמה בשל רשלנות או לחילופין, בידיעתו המכוונת של המזיע), והכל מבלי לגרוע משאר הזכויות המוקנות למזמינה בהתאם להוראות הנקובות בטופס ההצעה הכספית ובהתאם לשאר הוראות המכרז והדין.
- 23.7. המזיעים מצהירים ומתחייבים בזאת, כי הם מודעים ומסכימים לסמכויות המזמינה כפי שהן נקובות בסעיפים 23.4 - 23.6 לעיל, והם מוותרים בזאת באופן סופי, מלא ובלתי חוזר, וכן יהיו מנועים ומושתקים מלהעלות כל טענה ו/או תביעה ו/או דרישה, מכל מין וסוג שהן, בקשר עם הפעלת סמכויותיה של המזמינה ו/או כתוצאה מהשלכותיה של הפעלת סמכות כאמור, לרבות טענות, תביעות ודרישות שעניינן העדר שוויון ו/או תמרון פסול במכרז.
- 23.8. כל מחיקה של פרטים שמולאו ע"י המזיע בשגגה, תיעשה ע"י שרטוט קו על פני הפרט השגוי, ורישום הפרט הנכון בצדו. ליד התיקון, תוטבע חותמת המזיע (ככל שיש) ויחתמו מוסמכי החתימה בו. אין לבצע מחיקות באמצעות "טיפקס".
- 23.9. התברר לאוניברסיטה, בין באמצעות המזיע ובין בדרך אחרת, כי הצהרה מהצהרות המזיע ו/או מצג אחר שהציג המזיע כלפי המזמינה במסגרת הצעתו, אינם נכונים, מלאים ו/או מדויקים, רשאית האוניברסיטה לפסול את ההצעה, ואם בחרה בהצעה כהצעה הזוכה – לבטל את הזכייה.
- 23.10. **ניסיון קודם** - האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות לפסול על הסף מזיע אשר עבד בעבר עם האוניברסיטה, כספק מוצרים ו/או שירותים, ונמצא כי לא עמד בסטנדרטים של המוצרים ו/או השירותים הנדרשים, או שנמצא כי קיימת בעיה באמינותו או שקיימת לגביו חוות דעת שלילית בכתב על טיב המוצרים ו/או השירותים, או לחליפין מציע אשר הגיש הצעה למכרז קודם של האוניברסיטה ונמצא כי הגיש הצעה ו/או הצהרה שקרית. במקרים אלה תינתן למזיע זכות טיעון בכתב או בעל פה לפני מתן ההחלטה הסופית, וזאת בכפוף לשיקול דעתה הבלעדי של האוניברסיטה.

23.11. האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות להקטין או להגדיל את היקף השירותים גם בטרם חתימת ההסכם וזאת במקרים בהם ישתנו צרכיה ו/או במקרים בהם ההצעות תחרוגנה מהתקציב שיאושר לרכישת השירותים ו/או בכל מקרה אחר שתראה האוניברסיטה לנכון.

23.12. האוניברסיטה אינה נושאת בכל אחריות להוצאה ו/או נזק שייגרמו למציע בקשר להשתתפותו במכרז זה, ו/או בשל אי קביעת הצעתו כהצעה המתאימה ביותר. המציע יישא בעצמו ועל חשבונו בהוצאות ההשתתפות במכרז והכנת ההצעה והגשתה, ובכל מקרה, לא יהיה זכאי לכל פיצוי ו/או שיפוי מאת האוניברסיטה בגין הוצאות אלה, לרבות במקרה של ביטול המכרז ו/או פסילת הצעת המציע, ולא תהיה לו כל טענה ו/או תביעה לפיצוי ו/או שיפוי מאת האוניברסיטה בשל האמור לעיל או כל חלק ממנו.

23.13. המציע יהיה אחראי לבדיקת תנאי המכרז ותנאי ההתקשרות, וכל מידע רלבנטי הקשור למכרז, לרבות הדינים הרלבנטיים, ובהגשת הצעתו הוא מסכים לתנאים ולפרטים המפורטים במכרז זה ובנספחיו ומוותר על כל טענת אי ידיעה ו/או טעות ו/או מצג שווא ו/או אי התאמה.

23.14. מסמכי המכרז הם קניינה הרוחני של האוניברסיטה, אשר מועבר למציעים לצורך הגשת ההצעות בלבד. אין לעשות במסמכי המכרז שימוש שאינו לצורך הכנת ו/או הגשת ההצעות.

23.15. סמכות השיפוט הבלעדית והייחודית בכל הקשור לנושאים ולעניינים הנובעים או הקשורים למכרז זה תהא לבתי המשפט המוסמכים בתל אביב.

23.16. הודעות תשלחנה בדוא"ל, עפ"י הנתונים שנמסרו לאוניברסיטה ע"י המציע.

בברכה,

משה איטח

מזכיר ועדת המכרזים
אוניברסיטת תל-אביב

רשימת מסמכים להגשה

על המציע להגיש עם הצעתו את כל המפורט להלן. מובהר כי רשימה זו באה להקל על המציע בלבד ואין בה כדי להסיר אחריות מהמציע לקריאת מסמכי המכרז בשלמותם ולהגשת הצעה ערוכה כנדרש ובהתאם לתנאי המכרז. במקרה של סתירה בין רשימה זו למסמכי המכרז, גובר האמור במסמכי המכרז.

מעטפה פנימית מס' 1

מס"ד	מסמך	נוסח בנספח	צורף
1.	טופס ההצעה הכספית מלא וחתום כנדרש (עמוד 20)	ב'	
2.	מחירון הפקה - דיגיטל ואופליין	ב'1	
3.	מחירון מודעות בעיתונות	ב'2	

מעטפה פנימית מס' 2

מס"ד	מסמך	נוסח בנספח	צורף
1.	המכרז עצמו, חתום בראשי תיבות בכל עמוד ועמוד (עמודים 19 – 1 כולל)	-	
2.	מפרט השירותים, חתום בראשי תיבות בכל עמוד ועמוד	א'	
3.	אמנת שירות SLA	א'1	
4.	תעודת רישום במרשם המתנהל עפ"י כל דין לגבי תאגידים מסוגו של המציע (יש לצרף העתק, כשהוא מאושר כמתאים למקור).	-	
5.	נסח חברה עדכני מרשם החברות. (מסמך זה יצורף רק ע"י מציע שהינו תאגיד).	-	
6.	את הנסח ניתן להפיק באתר האינטרנט של רשות התאגידים	-	
7.	תעודת עוסק מורשה (יצורף ע"י מציע שאינו תאגיד)	-	
8.	תצהיר לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו-1976	ג'	
9.	אישור מרואה חשבון או מפקיד שומה על ניהול פנקסי חשבונות ורשומות לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו-1976	ד'	
10.	אישור תקף על שיעור ניכוי מס במקור	-	
11.	תצהיר פשיטת רגל והיעדר תביעות ואי קיום "הערת עסק חיי"	ה'	
12.	תצהיר להוכחת עמידת המציע בתנאי סף מקצועיים	ו'	
13.	פרטי לקוחות בהתאם לסעיף 14.3.1	ו'1	
14.	אישור זיהוי בעלים וזכויות חתימה (מורשי חתימה). יצורף ע"י מציע שהינו תאגיד.	ז'	
15.	נוסח ערבות ביצוע	ז'1	
16.	הסכם ההתקשרות	ח'	
17.	אישור עריכת ביטוח	ט'	
18.	התחייבות לשמירה על סודיות	י'	
19.	התחייבות לשמירת סודיות ה"ברייף"	י'1	
20.	התחייבות להיעדר ניגוד עניינים	י"א	
21.	דוגמאות הזמנות רכש	י"ב	
22.	דוגמת פורמט טבלת חשבונות	י"ג	
23.	במקרה של עסק בשליטת אישה - אישור ותצהיר כנדרש בסעיף 2 לחוק חובת המכרזים	-	
24.	מסמכי הבהרות חתומים ע"י המציע בתחתית כל עמוד (אם פורסמו)	-	

יש למלא את כל הפרטים, ובכתב ברור

פרטי המציע

שם המציע:

מס מזהה (מס' חברה/שותפות):

סוג התארגנות (חברה, שותפות):

תאריך ההתארגנות:

שמות בעלים / שותפים:

שם 1: _____, ת.ז. _____

שם 2: _____, ת.ז. _____

שם 3: _____, ת.ז. _____

שם 4: _____, ת.ז. _____

שמות מורשי חתימה:

שם 1: _____, ת.ז. _____ תפקיד: _____

שם 2: _____, ת.ז. _____ תפקיד: _____

שם 3: _____, ת.ז. _____ תפקיד: _____

שם 4: _____, ת.ז. _____ תפקיד: _____

שם המנהל הכללי:

כתובת המציע (כולל מיקוד):

מספרי טלפון במשרד:

מספר פקס:

כתובת דוא"ל:

שם איש הקשר למכרז:

מספר טל' סלולארי:

כתובת דואר אלקטרוני:

חתימת המציע

תאריך

מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב

נספח א'

מפרט השירותים

1. שירותי הפרסום הדיגיטליים

1.1. שירותי הפרסום באינטרנט יבוצעו במגוון ערוצי מדיה ופלטפורמות המתואמות למחשב, לסמארטפון ולטאבלט, והם יכללו, בין היתר, טיפול בהיבטים האסטרטגיים והקריאטיביים של מהלכים תקשורתיים (ובהם קמפיין "היום הפתוח" המהווה פעילות משולבת של תדמית ומכירות, קמפיינים תוכניות לימוד ספציפיות וכיו"ב), שימוש והטמעת טכנולוגיות המתאימות ליעדי המהלכים, גיבוש אסטרטגית תוכן לרשתות חברתיות ומתן רעיונות נקודתיים ליישום האסטרטגיה מעת לעת, גיוס לידים של סטודנטים רלוונטיים, תכנון, רכש, אופטימיזציה ובקרת מדיה, והכל על בסיס היעדים והמטרות שיוגדרו ע"י האוניברסיטה וכמפורט במסמך זה ובמסמכי המכרז.

1.2. התקשרות האוניברסיטה עם המציע הזוכה (להלן: "המציע הזוכה") תהיה על בסיס הסכם מסגרת לפי מטלות, כמפורט בהסכם ההתקשרות המצורף למכרז כנספח ח' ומהווה חלק בלתי נפרד ממנו, בהתאם למפורט בהסכם ובהתאם להנחיות ולהוראות נוספות שתימסרנה ע"י האוניברסיטה.

1.3. **שירותים נוספים:** במהלך תקופת ההתקשרות ו/או תקופת ההתקשרות המוארכת תהא לאוניברסיטה הזכות להזמין שירותים נוספים מהמציע הזוכה, בתשלום, כגון: שירותי מיתוג באמצעות ספקי משנה מאושרים ע"י האוניברסיטה, ריטיינר בגין תחזוקה שוטפת של עמודים ברשתות חברתיות, הפצת ניוזלטרים, ריטיינר בגין ניטור קבוע של השיח ברשת, פרויקט טיוב והשבחה של מאגר נתונים (DB), בנייה וקידום בחנויות של אפליקציות סלולאר מורכבות, הפקות וידיאו, פיתוח דפי נחיתה מורכבים, בנייה של פלטפורמות לימים פתוחים וירטואליים ועוד והכל בהתאם לדין החל.

1.4. מבלי לגרוע מהעדר הבלעדיות של המציע הזוכה במתן שירותים על פי מסמכי המכרז וההסכם, האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות לקבל את שירותי ניהול התוכן ברשתות חברתיות (לרבות בלינקדאין ובפייסבוק) מספק אחר, במהלך תקופת ההתקשרות ותקופת ההתקשרות המוארכת.. במקרה בו תחליט האוניברסיטה לקבל שירותים אלה באמצעות ספק אחר - לא תהא למציע הזוכה כל טענה ו/או דרישה ו/או זכות תביעה בנוגע לכך. במקרה בו סופקו ע"י המציע הזוכה שירותים אלו, תשלם לו האוניברסיטה את המגיע לו עבור מה שבוצע על ידו עד למועד הוצאת שירותי ניהול התוכן ברשתות חברתיות (לרבות בלינקדאין ובפייסבוק) מהשירותים הנכללים במכרז.

2. שירותי פרסום אופליין

2.1. במסגרת המכרז מזמינה האוניברסיטה שירותי קריאייטיב, ביצוע, רכישת מדיה ופרסום בעיתונות המודפסת, כמפורט במסמכי המכרז ובנספחים. האוניברסיטה מפרסמת מודעות משני סוגים:

א. מודעות ממותגות –

1. כוללות מודעות על כנסים ואירועים על לימודים וכן מודעות ברכות ומשרות אקדמיות.
2. כ-80% מהמודעות האלה פורסמו בשנים האחרונות בעיתון "הארץ".
3. המודעות הממותגות דורשות מתן שירותי עיצוב ובמקרים מסוימים גם קופירייטינג.
4. האוניברסיטה דורשת שלפחות 40% מהמודעות הממותגות יפורסמו בשליש הראשון של עמודי החדשות, ושלפחות 75% מהמודעות יפורסמו לפני האמצע.

ב. מודעות טכניות –

1. כוללות מודעות מכרזים ומודעות אבל.
2. כ-57% משטח המודעות האבל פורסם בעיתון "הארץ", כ-36% בעיתון "ידיעות אחרונות" והיתר בעיתונים שונים.
3. כ-48% משטח מודעות המכרזים פורסמו באלסנארה ובאלאיתחאד, וכ-48% בידיעות אחרונות, בגלובס וב"הארץ".

2.2. תכולת השירותים הניתנים עבור מודעות בעיתונות כתובה כוללת קריאייטיב, ביצוע, רכישת מדיה ובקרה כמפורט בנספח עיתונות.

2.3. **שירותי פרסום אופליין נוספים** - במהלך תקופת ההתקשרות ו/או תקופת ההתקשרות המוארכת תהא לאוניברסיטה הזכות להזמין שירותי פרסום במדיה מסורתית מהמציע הזוכה, כגון הפקת תשדירי רדיו, קניית מדיה ברדיו, הפקת שילוט חוצות ומכוונים, פריסה וקניית שילוט ומכוונים, קנייה והפקה של תשדירי חסות או תשדירי פרסומת בטלוויזיה ושירותי אופליין אחרים.

3. הערכה כספית ותקציב המדיה

3.1. רכש האוניברסיטה מוערך בהיקף שנתי כולל של כ- 1.5 מיליון ש"ח בעבור רכש מדיה דיגיטלי, ו כ- 800 א"ש ברכש מודעות עיתונות, וזאת על סמך רכישות קודמות.

3.2. מובהר בזאת, כי הסכום המצוין לעיל הינו הערכה בלבד והוא אינו מהווה מצג כלשהו. עוד מובהר, כי האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות להקטין ו/או להגדיל את הסכום הנ"ל, הכל לפי שיקול דעתה הבלעדי והמוחלט.

3.3. מובהר ומודגש, כי כשני שליש מתקציב הפרסום באינטרנט (דיגיטל) מנוהל באופן שוטף ע"י האגף לתכנון אסטרטגי ולשיווק של האוניברסיטה. יתרת התקציב מנוהלת ע"י הפקולטה לניהול של האוניברסיטה וע"י מספר יחידות שונות של האוניברסיטה, כך שעל המציע הזוכה החובה ליתן שירות ומענה בו זמנית למספר יחידות של האוניברסיטה. ליחידות האוניברסיטה עשויים להיות צרכים מיוחדים ו/או צרכים הדורשים התמחות ייחודית בגינם תבחרנה היחידות לקבל שירותים מספקים שאינם המציע הזוכה. היחידות השונות באוניברסיטה רשאית לעשות כן. הגשת הצעה ע"י המציע מהווה הסכמה ברורה ומפורשת של המציע לכך.

3.4. מובהר בזאת, כי האוניברסיטה אינה מתחייבת, בכל אופן שהוא, להזמין מהמציע הזוכה שירותים בהיקף כלשהו וכי האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות למסור מטלות לכל ספק אחר, עפ"י שיקול דעתה הבלעדי ועפ"י צרכיה. המציע מוותר בזאת על כל טענה ו/או דרישה בויתור סופי ומוחלט, לרבות במקרה בו לא יוצאו מטלות כלל.

3.5. מובהר כי תקציב המדיה מיועד לכל סוגי המכשירים עם התאמה למחשב, לסמארטפון ולטאבלט ועשוי לכלול:

3.5.1. נוכחות בפורטלים, אתרים ורשתות חברתיות כדוגמת: פייסבוק, אינסטגרם, לינקדאין, פלטפורמות וידיאו ותוכן, מנועי חיפוש ורשתות אפיליאייט.

3.5.2. הפרסום מתבצע באמצעות באנרים, סרטוני וידיאו, פוסטים, מודעות מילים ותוכן כתוב.

3.5.3. הגשת הפרסום מתבצעת באמצעות שימוש מערכות RTB וקניית מדיה ישירה.

3.5.4. פעילות תוכן שיווקי דוגמת טאבולה ואאוטבריין ו/או הקמת ערוצי תוכן באתרים רלוונטים ותוכן ברשתות חברתיות.

3.5.5. הפרסום יכול שיעשה במגוון מודלים (cpa, cpl, cpc, cpm, סקרי תדמית וכיו"ב).

3.6. תקציב ההפקה עשוי לכלול בין השאר: יצירת עמודי נחיתה רספונסיביים כולל טופס לידים, באנרים, סרטוני וידיאו, דיוררים, כתבות תוכן, פוסטים ועוד בהתאם למחירון ההפקה נספח ב'1 לאחר ההנחה שהציע המציע בהצעתו הכספית נספח ב'. כל החומרים שיופקו מחוייבים להיות מותאמים לנייד ולמחשב ולעמוד בחוקים ובתקנות התקפים במועד הפקת החומרים, לרבות תקנות נגישות, תקנות הגנת הפרטיות ואבטחת מידע.

3.7. המכרז אינו כולל רכש מדיה באתרי לימודים ובאתרי לשכות מקצועיות ו/או ירחונים מקצועיים כגון: פסק- דין, לשכת עורכי הדין, ירחון משאבי אנוש ועוד. אלה יירכשו ישירות על-ידי האוניברסיטה ולא תשלום עמלת ביצוע למציע, אלא אם האוניברסיטה תבחר לפנות למציע הזוכה במכרז בעקבות יתרון כספי ו/או מקצועי ברכישת מדיה באתרים הללו.

3.8. **הגשת הצעה למכרז זה מהווה התחייבות של המציע לשקיפות עלויות רכש המדיה.** המציע הזוכה יעביר לאוניברסיטה, יחד עם החשבוניות מטעמו, העתק של החשבוניות של ספקי המדיה. בעולמות ה-RTB המציע יציג לאוניברסיטה את מחירי רכש המדיה (cpm, cpl, cpc, וכו"ב) בפועל בגין כל קמפיין. דמי הניהול של המציע הזוכה יגזרו מהעלויות מדיה בפועל.

3.9. בעבור פרסום בגוגל התשלום בגין רכש המדיה יעשה באופן ישיר. האוניברסיטה תהא בעלת החשבון והמציע הזוכה יהיה מורשה מטעמה לנהל את מסעות הפרסום (MCC). כמו כן לעניין **פייסבוק, לינקדאין** ורשתות נוספות על המציע הזוכה לאפשר לאוניברסיטה, אם תבחר בכך, לשלם את הוצאות המדיה בגין פרסום בפייסבוק ו/או לינקדאין ו/או רשתות נוספות ישירות לאתר. תשלום בגין דמי הניהול של המציע הזוכה יועבר למציע הזוכה בנפרד עם הצגת חשבונית מטעמו בהתאם לעמלה שהוצעה על ידו בהצעתו הכספית - נספח ב'.

4. הצוות של המציע

4.1. הצוות אשר יוצג ע"י המציע בהצעתו למכרז זה, יהיה הצוות שיעבוד על תקציבי האוניברסיטה בפועל, באם המציע יזכה במכרז. במקרה שלא תהיה באפשרות המציע הזוכה להעמיד בפועל מי מחברי הצוות מסיבות מקובלות שאינן ידועות מראש (כגון: התפטרות, מחלה או פיטורין), המציע הזוכה יעמיד לרשות האוניברסיטה חבר/ת צוות בעלת קורות חיים (לרבות ניסיון תעסוקתי, השכלה וותק) דומים ועליו לקבל אישור מראש ובכתב של האוניברסיטה.

4.2. **תגבור הצוות** - בתקופת הרישום העיקרי שבמהלך החודשים ינואר עד סוף יולי, באחריות צוות המציע הזוכה לטפל ב-30 - 40 קמפיינים דיגיטליים בו זמנית. לפיכך, בתקופה זו המציע הזוכה יעמיד תקציבאי נוסף על התקציבאי הקיים ולסופרוויזר/מנהל לקוח העובדים עם האוניברסיטה בשוטף כך שבצוות של המציע הזוכה יהיו **שני (2) תקציבאים** שיעבדו מול האוניברסיטה. על תקציבאי זה להיות בעל ניסיון של מעל 18 חודשים בתחום הדיגיטל. חלוקת העבודה המומלצת הינה כדלקמן: תקציבאי אחד אשר ינהל את פעילות אגף השיווק ושל הפקולטה לניהול ותקציבאי נוסף אשר יהיה אחראי על פעילות היחידות השונות האחרות. זאת בנוסף לאיש/אשת קשר שיטפל באופן שוטף במודעות בעיתונות.

4.3. **פגישות עבודה קבועות** - אחת לשבוע תתקיים פגישת עבודה שוטפת במשרדי האוניברסיטה (או באמצעות זום לפי שיקול דעתה של האוניברסיטה) בה יהיו נוכחים סופרוויזר + תקציבאי + מנהל תוכן/נכסים חברתיים + אסטרטג + איש קריאייטיב (שהינם הצוות הקבוע עבור האוניברסיטה) ו/או גורם אחר הרלוונטי לפגישה הספציפית מטעם המציע הזוכה. הפגישות תתקיימנה עם צוות יחידת השיווק ולעתים בנוכחות נציגים מטעם היחידות השונות. במקרים רבים הישיבה תכלול העברת בריף פרסום למציע או ישיבה על חומרים אותם נדרש המציע להכין לקראת הפגישה (הצגת חומרים קריאייטיביים, הצגת פריסת מדיה, ניתוח קמפיין וכוד'). האוניברסיטה רשאית בהתאם לצרכיה וע"פ שיקול דעתה הבלעדי לבקש פגישות בתדירות גבוהה יותר עם המציע.

4.4. **החלפת איש צוות מצוות העבודה השוטף** - מובהר כי האוניברסיטה, על פי שיקול דעתה הבלעדי, רשאית להורות למציע הזוכה להחליף את מי מאנשי הצוות בעובד אחר של המציע הזוכה, והמציע הזוכה יעשה זאת תוך 30 ימים מיום קבלת דרישה כאמור. המציע הזוכה אינו רשאי להחליף מי מאנשי הצוות אלא בכפוף לקבלת אישור בכתב מנציג האוניברסיטה 30 ימים לפני מועד ההחלפה המבוקש על ידו. המחליף המוצע על ידי המציע הזוכה, יהיה בעל ניסיון מקצועי והכשרה דומים לאלה של איש הצוות אותו הוא מתעתד להחליף, והמציע הזוכה יספק עותק מקורות חייו לנציג האוניברסיטה בעת הגשת בקשתו להחלפת איש הצוות. האוניברסיטה לא תסרב לבקשה כאמור לערוך שינויים באנשי הצוות מטעמים שאינם סבירים.

5. מדיה דיגיטל

5.1. **זמינות מומחה המדיה** – במשרד המציע הזוכה יהיה איש צוות האחראי על נושא המדיה וניהול ה-PPC אשר יהיה זמין לשאלות/בקשות שוטפות של האוניברסיטה וידאג למענה ולעמידה בלוחות הזמנים של חברת/חברות המדיה החיצונית (באם ישנן).

5.2. **דוחות** - המציע הזוכה יעביר במהלך כל קמפיין דוחות ביניים ודו"ח סיכום. דוחות ביניים - פעם בשבוע במהלך הקמפיין או לפי דרישה, דוח סיכום - עד 10 ימי עסקים מסיום הקמפיין. דוחות של ימים פתוחים ישלחו פעמיים בשבוע במהלך הקמפיין או לפי דרישה. הדוחות יפרטו את התנהלות הקמפיין, תוצאות כמותיות, מתחרים, השוואה לקמפיינים דומים של האוניברסיטה בעבר, והמלצות לעתיד.

5.3. **שקיפות והרשאות** - המציע הזוכה יתן לאוניברסיטה, באם תבחר בכך, גישה ישירה למערכת ההגשה של הקמפיינים. גישה זו תהיה מפוצלת להרשאות משנה עפ"י פקולטות בעוד צוות השיווק של האגף לתכנון אסטרטגי ולשיווק יהיה בעל הרשאה כוללת לצפייה בכל הקמפיינים בהם הוא מעורב. המציע יאפשר התממשקות למערכת BI שהאוניברסיטה תבחר להשתמש בה ויסייע בביצוע ההתממשקות.

5.4. **יעדים** - פריסת המדיה אשר תוגש לאוניברסיטה תשלב תמיד יעדים כמותיים (cpa/cpl/cpc), אחוז בונוסים צפוי וכיו"ב). היעדים יתבססו על ניסיון העבר של האוניברסיטה ועל ניסיון המציע הזוכה.

5.5. **חשיפות בונוס – קמפיין באנרים במאס מדיה** :

- על בסיס רכישות קודמות באתרי מאס מדיה, צפי האוניברסיטה הינו ל-30% בונוס לפחות, אשר ינתן בהתאם ללוחות הזמנים של הקמפיין. עמידה ביעד הכמותי ובלוחות הזמנים הנדרשים, תהא באחריות המציע הזוכה ותוצג כחלק מסיכום הקמפיין.
- 60% מהבונוסים המצויינים יינתנו בגלילה עליונה ובערוצים/כלים שימצאו אפקטיביים לקהל היעד ברמה הכמותית (בהתאם לדוחות השוטפים וניסיון העבר של האוניברסיטה והמציע הזוכה). סיכום הקמפיין יציג עמידה של המציע בדרישה זו.

בסיום כל רבעון באחריות המציע הזוכה להציג לצוות האוניברסיטה שתי מצגות כמפורט להלן. המצגות יוצגו על ידי/בנוכחות צוות בכיר מטעם המציע הזוכה : מנכ"ל, מנהל/סמנכ"ל מדיה, מנהל/סמנכ"ל לקוחות, סמנכ"ל קריאייטיב, מנהל תוכן וגורמים נוספים לפי דרישת האוניברסיטה.

- **מצגת מדיה ומתחרים** - מצגת זו תכלול בין השאר : נתונים אודות הוצאות מדיה של האוניברסיטה בדיגיטל בחלוקה לקמפיינים וסה"כ על פי ערוצים/אתרים ופלטפורמות (נייח מול נייד), תזכורת לתוצרים הקריאטיבים שעלו בכל קמפיין, סיכום תהליכי האופטימיזציה שבוצעו, תוצאות ובעיקר תובנות והמלצות לרבעון העתידי. מצגת המתחרים תכלול ניתוח מדיה, היקפי פרסום (לפי נתוני יפעת) וניתוח האסטרטגיה והמסרים של המתחרים, דוגמאות לקריאייטיב בהם עשו שימוש, ניטור פעילות ויראלית ושיח ברשתות חברתיות, מידע על תוצאות המהלכים של המתחרים, עד כמה שניתן, והמלצות ביחס לרבעון העתידי. חלק המדיה במצגת יוצג על ידי **מנהל/סמנכ"ל המדיה** של משרד המציע הזוכה/חברת מדיה חיצונית.
 - **מצגת יוזמות והעשרה** - מצגת זו תכלול מחקרים רלוונטיים מהארץ והעולם, כלי פרסום חדשים, מגמות עדכניות וכן יוזמות ספציפיות של המציע הזוכה לפעילות תקשורתית של האוניברסיטה.
- לאוניברסיטה שמורה הזכות לבקש שהמצגות יתייחסו לתחומים ספציפיים, לדוגמה מצגת מתחרים עבור הפקולטה לניהול.

7. תוכן בפייסבוק, אינסטגרם, לינקדאין ורשתות חברתיות נוספות

7.1 כללי

במהלך תקופת ההתקשרות ו/או תקופת האופציה תהא לאוניברסיטה הזכות להזמין בתשלום שירותים נוספים מהמציע הזוכה, דוגמת ניהול ותחזוקה של עמודים ברשתות חברתיות. על מנת לאפשר אופציה זו, נדרש כבר בשלב המכרז לקבל מהמציע תמחור של השירות, בצורה של אחוז הנחה על מחיר ריטיינר מקסימאלי. היות ולניהול עמוד פייסבוק אין מחיר קבוע, שכן הוא תלוי באפיון מדויק יותר של השירות והתכנים (תהליך שיתבצע רק לאחר המכרז), להלן הגדרה למאפייני תחזוקה בסיסים על פיהם נקבע המחיר המצויין בסעיף 7 בטבלה שבהצעת המחיר - נספח ב' למכרז. יובהר כי הרחבת האפיון בעתיד ו/או הוספת רשת חברתית נוספת ו/או יצירת הפקות יעודיות מורכבות יותר הכלולות למשל צילום וידיאו מקורי או בניית אפליקציות יעודיות, עשויה לשנות את מחיר השירות. לעניין זה מובהר ומודגש כי גיבוש אסטרטגיית התוכן לרשתות חברתיות ומתן רעיונות נקודתיים ליישום האסטרטגיה מעת לעת הינם חלק מהעבודה הוטפת של המציע הזוכה על פי מסמכי המכרז וחלק מההצעה הכספית של המציע הזוכה וכי לא תשולם תמורה נוספת בגינם.

7.2 ניהול עמודי פייסבוק כלל אוניברסיטאיים

- הקמת העמוד, במקרה שמדובר בעמוד חדש או עדכון ושיפור נראות עמוד קיים (לרבות : תמונת קאבר, תמונת פרופיל, מידע אודות)
- הכנת תכנית עבודה רבעונית
- פרסום פוסטים שוטפים – 5 פעמים בשבוע - עריכה והעלאה של תוכן הפוסטים יכללו שילוב של :
 - כתבות ומחקרים שעולים לאתר האוניברסיטה
 - מעקב אחר דפי הפייסבוק והאינסטגרם של אגודת הסטודנטים והעלאה ושיתוף של תכנים מתאימים
 - מעקב באמצעות התראות גוגל על אייטמים שעולים בתקשורת וקשורים לאוניברסיטה ושיתוף תכנים מתאימים
 - פוסטים מקוריים הקשורים ללוח השנה הקלנדר – כגון חגים, ימים מיוחדים וכו'
 - תוכן מקורי – 1 לשבוע מלבד כל המקורות הנ"ל. יש ליזום ולהפיק תוכן מקורי (ויזואל ו/או טקסט ו/או וידאו) כגון ראיון עם מרצה/סטודנט/מועמד/חוקר, ביקור וסקירה של אירועים באוניברסיטה (יום פתוח, יום הסטודנט, מועדון הכושר, אתנחתא וכיו"ב), פעילות אינטראקטיבית, שאלון, טיפ שבועי, וכדומה.
- פעילות גולשים – אחת לרבעון – ייזום, הפקה וניהול הפעילות (יתכן כי יעמוד בפני עצמו או יהיה כחלק מקמפיין/מהלך רחב יותר). לעניין התמחור הבסיסי לא מדובר בתכנות אפליקציות ו/או משחקים אלא לדוגמה תחרות תמונות שנעשתה #TAUlife
- בקרה על השיחה בעמוד – ניטור ומענה שוטף נעשה על ידי אגף רישום ומינהל תלמידים. עם זאת הריטיינר כולל בקרה שוטפת והמלצות על אופן הביצוע על ידם (זמן תגובה, התנסחות וכדומה) בהתאם ל-SLA שיוגדר מראש (השאיפה היא לענות לפניו/הערות גולשים עד 3 שעות מרגע הופעתן).

- הדרכת צוות העובדים מטעם האוניברסיטה אשר אחראים על מתן מענה לסטודנטים בעמוד הפייסבוק בכל הקשור לעניינים מנהלתיים ולרישום. באחריות המציע הזוכה, להעביר המלצותיו במפגש עם צוות העונים.
- מחיקה באופן שוטף של תגובות לא רלבנטיות לעמוד (מסרים פרסומיים של גופים אחרים, נאצות, מסרים של מוסדות מתחרים וכיו"ב).
- דוחות ומצגות.

7.3. ניהול תוכן בפייסבוק – פקולטה או פרויקט ספציפיים

- הקמת העמוד, במקרה שמדובר בעמוד חדש או עדכון ושיפור נראות עמוד קיים (לרבות: תמונת קאבר, תמונת פרופיל)
- הכנת תכנית עבודה רבעונית.
- פרסום פוסטים שוטפים – 3 פעמים בשבוע - יועבר על ידי גורם בפקולטה.
- תוכן מקורי – 1 לחודש - ייזום והפקה של תוכן מקורי (ויזואל או טקסט או וידאו) כגון ראיון עם מרצה/סטודנט/מועמד/חוקר, ביקור וסקירה של אירועים באוניברסיטה (יום פתוח, יום הסטודנט, מועדון הכושר, אתנחתא וכו'), פעילות אינטראקטיבית, שאלון, טיפ שבועי, וכדומה.
- תוכן מקובץ ממקורות אחרים ברשת – 1 בחודש - ייזום, עריכה, תרגום (אם נדרש) של תוכן ממקורות שונים
- פעילות גולשים – אחת לרבעון – ייזום, הפקה וניהול הפעילות (יתכן כי יעמוד בפני עצמו או יהיה כחלק מקמפיין/מהלך רחב יותר). לעניין התמחור הבסיסי לא מדובר בתכנות אפליקציות ו/או משחקים אלא לדוגמא תחרות תמונות שנעשתה #ilovetau.
- ניטור ואם נדרש מחיקה באופן שוטף של תגובות לא רלבנטיות לעמוד (מסרים פרסומיים של גופים אחרים, נאצות, מסרים של מוסדות מתחרים וכיו"ב).
- דוחות ומצגות.

7.4. ניהול תוכן באינסטגרם

- הקמה של פרופיל חדש עבור יחידה או ניהול פרופיל האינסטגרם הרשמי של האוניברסיטה.
- פרסום 4 פוסטים בשבוע שכוללים:
 - צילום ו/או וידאו מקורי שנעשים בקמפוס או בלוקיישנים מתאימים אחרים לתוכן.
 - מעקב אחרי כל התיוגים של האוניברסיטה באינסטגרם ושיתוף של פוסטים מתאימים
 - העלאת תכנים לסטורי בכל יום. יכול להיות תוכן מקורי או הנעה לפעולה לתכנים באתר/הרשמה ליום פתוח/רגעים מעניינים מהחיים בקמפוס
- הנעה לפעולה של עוקבים לתקשר עם האוניברסיטה דרך האינסטגרם לדוגמא: האשטג #tau_love שבו לקראת טו באב ביקשנו מזוגות שהכירו בקמפוס לשלוח לנו את הסיפור שלהם.
- המצאת האשטגים ועידוד עוקבים להשתמש בהם כדי לעודד אינטרקציה עם הפרופיל – לדוגמא #tau_isolation שבו עוקבים של הדף תייגו את האופן שבו הם לומדים בתקופת הקורונה.
- מעקב וצילום של פרויקטים מיוחדים שקורים באוניברסיטה כגון יום פתוח, ליל המדענים, וגם פרויקטים של סטודנטים וחוקרים – ראו לדוגמא #tau_africa
- ארגון של הסטוריז הטובים ביותר לפי נושאים ב highlights
- מענה לפניות שמגיעות לאינבוקס
- מחיקת תגובות לא הולמות
- קשר עם דפי אינסטגרם של יחידות באוניברסיטה ותיוג שלהן במידה ולרוונטי

7.5. ניהול תוכן בלינקדאין

- דף הלינקדאין מתנהל בשפה האנגלית ופונה בעיקר לבוגרים. יש להעלות 3 פוסטים בשבוע שמורכבים משילוב של:
 - כתבות ומחקרים שעולים לאתר האוניברסיטה באנגלית
 - כתבות מעניינות על האוניברסיטה ממקורות אחרים
 - אירועים שיכולים להיות רלוונטים לבוגרים
 - עדכונים על הישגים משמעותיים של בוגרים של האוניברסיטה (מינויים מקצועיים למשל), כולל תיוג ומעקב אחר בוגרים מעניינים ומשפיעים)
- פוסטים צריכים להכתב עם ערך מקצועי לבוגרים ופוסטים המעודדים המשך לימודים על פי הפרסונות המופיעות בברף.

7.6. רשתות חברתיות נוספות

הקמת פרופילים וניהול רשתות חברתיות נוספות (דוגמת טלגרם, טיקטוק או רשתות שעדיין אינן מוכרות לאוניברסיטה), ככל שהאוניברסיטה תבחר לפעול בתוכן ובהיקף עבודה הדומה להיקפים המתוארים עבור הרשתות בתוארות בסעיף זה (7).

7.7. תהליך עבודה

- מחקר והגדרת צרכים – ניתוח פעילות האוניברסיטה ומתחרים במדיה החברתית והגדרת אסטרטגית תוכן.
- הגדרת מטרות ויעדים מדידים פר רבעון.
- יצירת תוכנית עבודה רבעונית לישום האסטרטגיה (רעיונות למגוון תכנים ופעילויות) - גאנט.
- דוח סיכום חודשי - (ניתוח הפעילות בעמוד, תובנות והמלצות, פעילות מתחרים).
- דוח נקודתי - דוח לאחר קמפיין/פעילות גולשים.
- מצגת סיכום רבעון (הכוללת פעילות מתחרים).
- פגישות שוטפות אחת לשבועיים.

כל הפוסטים יעברו אישור האוניברסיטה לפני עלייתם אלא אם הוסכם אחרת מראש ובכתב.

לאוניברסיטה תהיה בעלות על כל החומרים המקוריים אשר נוצרו עבורה באופן יעודי (בכל פרמט) והיא תהיה בעלת מלוא זכויות היוצרים וזכויות הקניין בהם. היא תוכל לעשות בהם שימוש בלתי מוגבל לרבות להעלותם בכל הערוצים (יוטיוב, אתר האוניברסיטה וכיו"ב) והכל על פי שיקול דעתה הבלעדי של האוניברסיטה.

8. רדיו

במהלך תקופת ההתקשרות ותקופת האופציה (אם תמומש) תהא לאוניברסיטה הזכות להזמין בתשלום שירותי הפקת תשדירי רדיו מהמציע הזוכה. על מנת לאפשר אופציה זו, נדרש המציע כבר בשלב הגשת הצעתו למכרז להציע תמחור של השירות המחולק לשלושה מאפיינים עיקריים:

א. הפקות הכוללות רעיון קריאטיבי לתשדירים וחסויות, איתור קריינים ואולפן הקלטות, ביצוע ההקלטה בפועל כולל נגזרות, פיקוח על החוקים וההגבלות של כל תשדיר מול המדיה ושליחה למדיה הרלוונטית.

ב. רכש מדיה ברדיו, לרבות רדיו אינטרנטי (כולל ספוטיפיי).

ג. ניהול המדיה הכולל פריסת מדיה המתאימה לברף, פיקוח במהלך הקמפיין, שליחת דוחות שוטפים במהלך הקמפיין, תיקוני מדיה במהלך הקמפיין במידה ויש צורך בכך, שליחת דוח סיכום קמפיין והמלצות להמשך. באחריות המציע הזוכה לעדכן את המפרסם בתזמונים שבהם המדיה זולה יותר, כולל הזדמנויות ל"פילרים".

האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות לפנות לספק אחר לקבלת שירותי קניית מדיית הרדיו.

9. מתן מענה לקהל דתי-חרדי

הערכת תקציב שנתי – 100 אלף ₪

הפרסום ייעשה בכלים ובמדיה ייעודית לקהל זה (אונליין ואופליין). ניתן להיעזר במשרד פרסום המתמחה במגזר זה כצד ג', בניהול ואחריות מלאה של משרד הפרסום הזוכה במכרז על התוצרים הקריאטיביים, פריסת מדיה, תוצאות, עמידה ביעדים והתנהלות שוטפת. גזירת עמלה והסכם ההתקשרות בין שתי חברות הפרסום תהיה בשקיפות מלאה לאוניברסיטה. במקרה זה, האחריות המלאה בגין הפרסום ומתן השירותים על פי ההסכם ונספח זה תהיה של המציע הזוכה.

הפרסום כולל קמפיין תואר ראשון וקמפיין תואר שני וכן פרסום ממוקד של תוכניות לימוד שונות בעלות פוטנציאל במגזר החרדי.

הפרסום יעשה שימוש בכלים שיימצאו מתאימים למגזר החרדי, בין היתר:

- פרסום בגוגל ובפייסבוק
- פרסום במגזינים ובבלוגים מגזריים
- הפצת מיילים וווטסאפים
- פרסום באמצעות תוכן במדיה החרדית
- וכדומה

עלות הפקת החומרים, אסטרטגיה, קונספט קריאייטיבי וביצוע הקריאייטיב בפועל, עמלות מדיה, עמלות ניהול ובקרה, עלויות הקמה, כתיבת תוכן, טכנולוגיה, אחסון וכל עלות הפקה או עמלה אחרת לא תהווה יותר מ-20% מסך התקציב, כך שלפחות 80% מתקציב זה יוקצה ישירות לקניית מדיה.

10. לוחות זמנים בדיגיטל

להלן פירוט לוחות הזמנים שעל המציע הזוכה לעמוד בהם:

מספר ימי עסקים לביצוע מיום אישור השלב הקודם	לוחות זמנים ממועד בריף לקוח (בפגישה או בכתב)
מדיה ודוחות	
3 4	פריסת מדיה: - קמפיין פרפורמנס עד 25,000 ש"ח - קמפיין מעל 25,000 ש"ח
1 מאוחר מתיקון מהותי	העברת פריסה מתוקנת לאחר הערות לקוח
3	שליחת פריסה הכוללת גאנט מתוארך לפי כלים
1	בקשה מיוחדת לקבלת דוח ביניים (באם יידרש מעבר לדוחות השוטפים)
הצגת קונספט, הפקת חומרים קריאטיבים, הקמת קמפיין פרפורמנס	
קמפיינים שוטפים:	
4-3	- איפיון קריאייטיב: דף נחיתה, מודעות ברשת חיפוש/ ברשתות חברתיות כדוגמת: פייסבוק, מודעות גוגל, אינסטגרם, לינקדאין וכיו"ב *
2-1	- תיקון איפיון קריאייטיב
2	- עיצוב דף הנחיתה
2	- עיצוב מודעות לרשתות חברתיות
3	- תכנות דף נחיתה רספונסיבי חדש: כולל טופס והתממשקות למערכת CRM של האוניברסיטה
2-1	- שכפול דף נחיתה קיים עם תיקוני טקסטים + תמונה
1	- עלייה לאוויר של קמפיין פרפורמנס ברשת החיפוש של גוגל ו/או פייסבוק ו/או אינסטגרם ו/או לינקדאין ו/או רשת חברתית אחרת
1	- תיקוני קריאייטיב: תיקון/עדכון מודעה (טקסט, תמונה, gif animation, באנר אנימטיבי אחר)
1-0.5	- תיקוני מדיה במהלך עדכון קמפיין
2	- יצירת עוד מודעות טקסט/תמונה/ gif animation לקמפיין קיים
קמפיין יום פתוח:	
14	- קונספט וסקיצה לקמפיין יום פתוח (כולל אם נדרש סקיצה סטטית לכלי פרימיום ועמוד נחיתה)
5-4	- תיקון קונספט/סקיצה והצגת קריאייטיב מעודכן
קמפיין פקולטה או תוכנית גדולה מעל 25,000 ₪ במאס מדיה	
5	- קונספט וסקיצה לקמפיין פקולטה העולה באתרים/פעילות נוספים מלבד פרפורמנס בגוגל ובפייסבוק וברשתות חברתיות
3	- תיקון קונספט/סקיצה והצגת קריאייטיב מעודכן
לאחר אישור קונספט וסקיצה לקמפיין יום פתוח ו/או קמפיין פקולטה	
3	- עיצוב ושליחה של 3 אב טיפוסים לדסקטופ (קוביה, מגדל, מאורד) ו-2 למוביל (מעברון, סטריפ תחתון) את כל העיצוב יש לשלוח על גבי הדמיה של האתר הרלוונטי
2-1	- תאמות גודל ותכנות
4	- תכנות דף נחיתה רספונסיבי- עיצוב, הנפשה ותכנות לנייד ולנייח כולל טופס והתממשקות מלאה למערכת CRM של האוניברסיטה
2	- עדכון טקסט, ויזואל, וידאו בדיוור, עמוד נחיתה, מיניסייט קיים

יצירת תוכן	
3	כתיבת כתבת תוכן כולל תיקונים
	סה"כ
10-5 לפי מידת הדחיפות	סה"כ ימים להעלאת קמפיין פרפורמנס ברשת החיפוש גוגל / רשתות חברתיות כדוגמת: פייסבוק, אינסטגרם, ליקדאין ורשתות חברתיות נוספות
12-7 לפי מידת הדחיפות	סה"כ להעלאת קמפיין דיספליי במאס מדיה
6-4 שעות *בהינתן ושעות תחילת העבודה הן בשעות פעילות המשרד, ושפריסת המדיה אינה מורכבת	קמפיין RTM (Real Time Marketing) ברשתות חברתיות : קמפיין תדמית/ מכירתי ה"רוכב" על התרחשות חיזונית ומאפשר לאוניברסיטה להגיב לאירוע למול קהל היעד או לסטודנטים קיימים. מקונספט ופריסת מדיה ועד עלייה לאוויר
3	רשתות חברתיות : - הקמת דף פייסבוק, כולל עמוד אודות, תמונת קאבר ולוגו - העלאת תוכן בפייסבוק/ אינסטגרם (ללא הפקת חומרים)
1	

- העבודה על אפיון הקריאייטיב מתבצעת במקביל לעבודה על הפריסה, סה"כ מניין הימים אינו כולל זמן המתנה לאישור לקוח, סבבי תיקונים או לעניין הפקת קריאייטיב הזמן עד קבלת אישור הזמנת עבודה ממחלקת הרכש של האוניברסיטה.

- לוחות הזמנים הנ"ל מתייחסים לפרויקטים סטנדרטים. לוח זמנים לקריאייטיב הכולל לדוגמא ימי צילום או תכנות מורכב, ידון מול האוניברסיטה לגופו של עניין. לוחות זמנים והצעות מחיר לעיצוב ותכנות אפליקציות/פרויקטים שאינן חלק מטבלת לוחות הזמנים הנ"ל יועברו לאוניברסיטה כחלק משלב הצגת הקונספט.

11. תהליך העבודה בדיגיטל

- 11.1 הצעת המדיה מהמציע הזוכה תכלול גם את עלויות ההפקה (של הבאנרים, מודעות פייסבוק, דף נחיתה וכו'). הצעה זו תועבר ליחידה אשר הזמינה את הפרסום לאחר בדיקה ואישור של יחידת השיווק באוניברסיטה. ההצעה תכלול את עלויות המדיה וההפקה, כל סעיף יכיל את מספר המק"ט שיקבע מראש על ידי יחידת הרכש של האוניברסיטה. סעיפים שלא נקבעו להם מספרי מק"ט יעברו לאישור הרכש.
- 11.2 שלב יצירת פריסת המדיה ושלב יצירת הסקיצה לקריאייטיב יבוצעו במקביל.
- 11.3 התחלת עבודת הפקה ו/או חתימת המציע על הזמנת מדיה בפועל תעשה לאחר קבלת אישור הזמנת עבודה חתומה מהיחידה או ממחלקת הרכש של האוניברסיטה.

על מנת להפיק הזמנת עבודה זו על המציע הזוכה להקדים ולהעביר לאוניברסיטה הצעות מחיר לפי פריסת מדיה ועלויות הפקה לפרויקט בהתאם ללוחות הזמנים בטבלה שבסעיף 10 לעיל.

12. הפקה בדיגיטל

- בקמפיין ממוקד פרפורמנס ברשת התוכן של גוגל, כמות ההתאמות תיבחן לפי תקציב הקמפיין. בתקציבים קטנים לא תמיד יבנו מכלול הגדלים אלא את העקריים שבהם (על מנת לצמצם עלויות הפקה):
 - Leaderboard: 728 x 90
 - Inline rectangle: 300 x 250
 - Banner: 468 x 60
 - Wide skyscraper: 160 x 600
- בשלב הצגת הקונספט העיצובי יש להציג ללקוח :
 - מיניסייט/ עמוד נחיתה – בעיצוב המותאם לדסקטופ ולמובייל.

2. באנרים אם יש פריסת באנרים משולבת מובייל ודסקטופ – לפני התאמת גדלים יוצגו באנרים לאישור בגודל מייצג של הפריסה בשתי הפלטפורמות (מובייל ודסקטופ) על גבי עמוד אתר מהפריסה ולא על רקע חלק.
- לדוגמא: באנר ב YNET יוצג לאישור בגודל מקורי (ריאלי) על גבי עמוד YNET (צילום מסך של סמארטפון)
3. פוסט מקודם – גודל ריאלי על מסך של סמארטפון

- האוניברסיטה לא תחויב בגין שימוש במערכות הגשה ו/או מעקב ביצועי הקמפיין (דשבורד לקוח). העדר שימוש במערכת מעקב זו, לא תימנע מהאוניברסיטה לקבל דוחות שוטפים אודות התנהלות ותוצאות הקמפיין.

- עלות תכנות טפסים ויצירת אדמין סטנדרטי תכלול התממשקות למערכת ה-CRM של האוניברסיטה (התממשקות זו נהוגה כיום במכלול קמפיינים).

- עלויות מחירון הפקה נספח ב'1 הנ"ל אינן מתייחסות לעיצוב/תכנות מורכב דוגמת אפליקציות, משחקים, עבודת תלת אשר ידונו לגופו של עניין. אם יוחלט על עבודה עם ספק חיצוני לעניין פרויקטים מורכבים של תכנות/עיצוב, על המציע להעביר לאוניברסיטה שלוש (3) הצעות מחיר לשיקול דעתה. **עמלת המציע במקרה כזה לא תעלה על 10% מעלות הספק בפועל.** לאוניברסיטה תהא זכות להחליט להתקשר עם ספק אחר שאינו נמנה עם הספקים של המציע או לאסוף הצעות מחיר בעצמה, ללא פניה למציע הזוכה.

- שקיפות עלויות יום צילום – עלויות הפקה הכוללות ספקים צד ג' דוגמת חברת הפקה, במאי, שחקן, מאפר וכדומה יועברו לאוניברסיטה יחד עם חשבונית המציע בגין ההפקה. **עמלת המציע בגין ספקים אלה לא תעלה על 10%.** לאוניברסיטה תהא זכות להחליט להתקשר עם ספק אחר שאינו נמנה עם הספקים של המציע או לאסוף הצעות מחיר בעצמה, ללא פניה למציע.

- האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות למצוא ספק אחסון ו/או לאחסן קבצים על גבי השרתים של האוניברסיטה באם יידרש.

- אימגים - עדיפות ראשונה תהא לשימוש בתמונות וסרטוני ווידאו דרך המנוי של האוניברסיטה למאגר תמונות או לחילופין שימוש במאגר אליו המשרד מנוי ושאינו דורש תשלום נוסף. אם יידרש אימג/ווידאו ממאגר בתשלום או לחילופין יום צילום יעודי, זכויות על מוסיקה ושחקנים יידרש אישור מראש של האוניברסיטה בשלב הקונספט או הסקיצה הסטטית.

- בכל מקרה, האוניברסיטה לא תחוייב ולא תשלם בגין סקיצות לקמפיינים אשר לא עלו לאוויר.

- סקיצות לבאנרים (אבטיפוסים) או עמודי נחיתה יעברו לאוניברסיטה בגודלם 1:1 כשהם כוללים קופי + אימג' (סטטי), לוגו ושאר אלמנטים עיצוביים. המציע לא יעביר באנרים עם קופי בלבד אשר לא ממחישים את ה-Layout המלא כיוון שפותחים פתח לטעויות וצורך בשלבי אישור נוספים המעכבים את מועד העליה לאוויר.

- המחירים אינם כוללים מע"מ.

עמודי נחיתה:

- פעילויות המדיה הדיגיטלית יפנו את טראפיק הגולשים לעמודי נחיתה או למיניסטיים או לאתר האוניברסיטה או לדף פייסבוק, לפי הגדרת האוניברסיטה.

- דפי הנחיתה ייבנו באופן ריספונסיבי מלא בהתאמה לכל סוגי המסכים (סמארטפון, טאבלט, מסך מחשב).

- עיצוב עמודי הנחיתה יישלח לאישור האוניברסיטה, לפני תכנות, בפורמט המתאים לסמארטפון ולמסך מחשב

- על כל הכלים הנ"ל להיות מונגשים לפי **תקנות שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות (התאמות נגישות לשירות), תשע"ג-2013** ולפי תקן ישראלי 5568 על כלל חלקיו.

- מיניסטיים ועמודי נחיתה יכללו הטמעת פיקסלים / קוד לאיסוף דאטות לצרכי רימרקטינג.

- תמחור כל הכלים האלה יוגדר מראש בשלב המכרז ויכלול את כל הרכיבים מא' ועד ת' – אסטרטגיה, קריאייטיב, קופי, עיצוב, תכנות, הטמעת פיקסלים, טופס, רכיב נגישות, סקר שלאחר מילוי טופס, חיבור ל CRM וכו'.
- יש לתמחר כל שינוי על עמוד נחיתה קיים – שינוי קופי בלבד, שינוי ויזואל בלבד, שכפול, הוספת/ השמטת שדה בטופס, שינוי בשאלות הסקר.

13. עיתונות ופרינט

13.1. כללי

- במסגרת המכרז מזמינה האוניברסיטה שירותי קריאייטיב, ביצוע, רכישת מדיה ופרסום בעיתונות הכתובה (להלן: "הטובין"), כמפורט במסמכי המכרז ובנספחיו ולהלן.
- רכיב העיתונות והפרינט מהווה חלק בלתי נפרד מהמכרז וההסכם. על המציע לתת פתרונות בתחום זה כחלק ממעטפת השירותים לאוניברסיטה. עמידה במחירים ובלוחות הזמנים המוצגים הינה תנאי להמשך ההתקשרות על פי ההסכם.

13.2. השירות המבוקש

האוניברסיטה מפרסמת מודעות משני סוגים:

א. מודעות ממותגות –

- א. כוללות מודעות על כנסים ואירועים על לימודים וכן מודעות ברכות ומשרות אקדמיות.
- א. מרבית המודעות מהסוג הזה פורסמו בשנים האחרונות בעיתון "הארץ".
- א. המודעות הממותגות דורשות התייחסות עיצובית ובמקרים מסוימים גם קופירייטינג.
- א. האוניברסיטה דורשת שלפחות 40% מהמודעות הממותגות יפורסמו בשליש הראשון של עמודי החדשות, ושלפחות 75% מהמודעות יפורסמו לפני האמצע.

ב. מודעות טכניות – כוללות מודעות מכרזים ומודעות אבל.

ג. להלן פרטים על היקף הפרסומים השנתי הממוצע, כפי שהיה בשנים 2016 עד 2019:

סוג המודעה	מס' מודעות ממוצע לשנה	גודל ממוצע באינטש	הרכב
סה"כ מודעות ממותגות	138	23	מהן: 83% בהארץ, 5% ג'רוזלם פוסט, 10% בגלובס, ידיעות, כלכליסט ומקור ראשון
מכרזים אבל	119	5	מהן: 48% באלסנארה ואלאית'יחאד, 22% ידיעות, 14% גלובס, 12% הארץ
סה"כ מודעות טכניות	306	4.3	מהן: 57% הארץ, 36% ידיעות, 4% ג'רוזלם פוסט והראלד טריביון
סכום כולל	444	5	

13.3. תכולת השירות עבור מודעות בעיתונות כתובה:

א. קריאייטיב:

- בחלק מהמודעות יתבקש הספק לתת שירותי קריאייטיב וקופירייטינג.
- מרבית המודעות, אך לא כולן, יתפרסמו על-פי תבניות קבועות מראש (כמו למשל: מודעות לכנסים, לתכניות לימוד אקדמיות, לתכניות מנהלים וכו') שהספק יידרש לעצב מעת לעת.
- למרות האמור לעיל, הספק יידרש מדי פעם לעצב באופן מיוחד מודעות בהיקף שלא ניתן להערכה כעת.

ב. ביצוע: סידור הטקסטים במודעה, כולל מספר סבבי הגהות.

ג. רכישת מדיה:

- הספק ירכוש עבור האוניברסיטה את המדיה מהעיתונים השונים, המחיר המוצע יכלול את עלות רכישת המדיה.
- הספק ייתן מראש לכל מודעה הצעה בכתב, כולל מספר חלופות כפי שידרש. הצעת המחיר של הספק לא תעלה, בכל מקרה, על המחירים שהספק נקב בהם בתשובתו למכרז זה.

13.4. רמת שירות נדרשת

א. הספק יעמיד איש קשר ייעודי לעבודה מול אחראית הפרסום של האוניברסיטה. איש הקשר, או מחליפו, יהיה זמין לפחות 14 שעות ביממה (בין 08:00 עד 22:00), כולל מוצאי שבתות וחגים.

ב. כל מודעה שתועבר לעיצוב ולביצוע תועבר לאוניברסיטה להגהה תוך 48 שעות לכל המאוחר, למעט מודעות דחופות המבוססות על מודעה קיימת שבהן יידרש עיצוב וביצוע תוך 3 שעות.

ג. הספק יפעל על-פי הנחיות האוניברסיטה, כפי שאלה יועברו אליו מעת לעת על-ידי אחראית הפרסום של האוניברסיטה.

13.5. דיווח ובקרה:

א. כל מודעה תלווה בהזמנת רכש חתומה עפ"י נוהל מורשי החתימה המפורט באתר הנהלים של האוניברסיטה. לא יועבר תשלום בגין עבודה שאינה מגובה בטופס הזמנה. **נספח י"ב – דוגמא הזמנה פנימית.**

ב. הספק יגיש לאוניברסיטה אחת לחודש חשבון לאישור ויצרף לכל פרסום את ההזמנה הפנימית של האוניברסיטה, המודעה מהעיתון ואת פרטי הפרסום (תאריך, שם הפרסום, סוג הפרסום, העיתון, שטח, מחיר לאינטש, סה"כ מחיר לכל מודעה ומאפיינים נוספים לפי דרישת האוניברסיטה).

ג. הספק יצרף לכל חשבונית קובץ אקסל עם פירוט ההזמנות הנכללות בחשבון החודשי שבו ניתן יהיה לצבור הזמנות על-פני תקופות.

**מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב**

נספח א'1

אמנת שירות SLA לפרסום מודעות בעיתונות

1. אמנת שירות היא כלי בידי המזמינה, להגדרת מדיניות וסדרי עדיפות לאספקה, ולבצע פיקוח על הזוכה לקיום תנאי המכרז ומתן שירות נאות לאוניברסיטה.
2. אם המציע הזוכה לא יעמוד באיכות השירות וברמות השירות המוגדרות להלן בטבלה, ייגבו מן המציע הזוכה פיצויים מוסכמים וכמסוכם מראש בטבלה מטה.
3. את הזיכוי בגין הפיצוי המוסכם יעביר המציע הזוכה ליחידת ההספקה בתוך 30 יום מסוף כל רבעון באמצעות חשבונית זיכוי או המחאה שתועבר ידנית ליחידת הספקה או באמצעות העברה בנקאית עם אישור לגבי ביצוע ההעברה שיעבור בפקסימיליה ליחידת ההספקה באוניברסיטה.
4. יובהר, כי אין בפיצויים המפורטים בטבלה כדי למנוע מהאוניברסיטה הפעלת כל סנקציה אחרת כנגד הזוכה, לרבות חילוט ערבות הביצוע.
5. תקלות אשר נגרמות כתוצאה מגורם חיצוני לא יחשבו כאי עמידה ביעדי ה-SLA.
6. יובהר, כי אמנת השירות מהווה חלק בלתי נפרד מהסכם ההתקשרות המחייב את הזוכה. האמור באמנת השירות בא להוסיף על האמור בהסכם ההתקשרות ובמפרט ההתקשרות ואינו גורע מהם.

מרכיב	רמת שירות נדרשת	גובה וסכום הפיצוי	מקסימום גובה הפיצוי הכספי
	אי עמידה במועד הפרסום הנדרש	קנס בסך 2,000 ₪ עבור כל יום איחור	20,000 ₪ לרבעון
	פרסום מודעה שגויה	קנס בסך 5,000 ₪ למקרה	25,000 ₪ לרבעון

7. הפרות יסודיות להפסקת ההתקשרות:

אם הזוכה לא יעמוד בדרישות המפורטות לעיל יהיה רשאי עורך המכרז לבטל את הסכם ההתקשרות ולסיים את יחסיו עם הזוכה. בטבלה שלהלן מוגדרים המדדים של אי עמידה ברמת השירות המהווה הפרה יסודית של אמנת השירות שבסעיף אמנת השירות (SLA) שלעיל, המקנה זכות לאוניברסיטה להפסיק את ההתקשרות עם הזוכה מיידית (לרבות כל הקנסות המפורטים לעיל):

מרכיב	רמת שירות נדרשת	חריגה מרמת השירות הנדרשת	תקופת מדידה
מועדי משלוח	אי עמידה במועד הפרסום הנדרש	חריגה של יום עבודה או יותר, ביותר מ 10% מהפרסומים.	רבעון
המוצרים המסופקים	אי מציאת משבצת פרסום כנדרש.	החל מהאירוע השלישי	רבעון
אריזת המוצרים המסופקים	פרסום מודעה שגויה	החל מהאירוע השלישי	רבעון

מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב

נספח ב'

טופס ההצעה כספית

1. משקלה של ההצעה הכספית בדרוג ההצעות הינו 35% ומספר הנקודות המקסימלי האפשרי עבורה הינו 35 כמפורט בסעיף 14.4.1 בעמוד 13 לעיל.
2. אופן חישוב הניקוד להצעה הכספית הינו כמפורט בסעיף 14.4.1 בעמוד 13 לעיל.
3. כל המחירים הינם בשקלים חדשים ואינם כוללים מע"מ.
4. אחוז ההנחה שינתן ע"י המציע כמפורט על ידו בהצעתו בטבלה שבסעיף 14 להלן, הינו מהמחיר לא כולל מע"מ.
5. העמלה שתשלם האוניברסיטה למציע כמפורט על ידו בהצעתו בטבלה שבסעיף 14 להלן, הינה מהמחיר לא כולל מע"מ.
6. הריטיינר שתשלם האוניברסיטה למציע עבור שירותים נוספים הינה כמפורט על ידו בטבלה שבסעיף 14 להלן.
7. אין הצמדת מחירים ולא תהיה הצמדה בכל תקופת ההתקשרות (כולל בתקופת ההתקשרות המוארכת, ככל שתהיה).
8. תנאי התשלום מפורטים בהסכם ההתקשרות המצורף כנספח ח' למכרז.
9. המציע מתחייב לעמוד או לרדת מטווח העלות לליד בקמפיין פרפורמנס בגוגל, פייסבוק ורשתות פרפורמנס/אפיליאייט בהתאם לנתוני הבאנצ'מארק הקיימים של האוניברסיטה אשר יוצגו למציע הזוכה במכרז לאחר שהאוניברסיטה תודיע לו על זכייתו במכרז. האוניברסיטה שומרת על זכותה לאשר עלות גבוהה יותר לליד באם תימצא לנכון.
להלן **דוגמאות** לנקודות ייחוס לעלויות/מחירים לליד בש"ח (לא כולל מע"מ):
יום פתוח/ יום ייעוץ
טווח עלויות בגוגל: 10 ₪ – 30 ₪
טווח עלויות בפייסבוק: 15 ₪ – 30 ₪
עלות קניית ליד מטויב – 60 ₪
שיווק תואר שני - קהל יעד רחב דוגמת לימודי תואר שני בניהול
טווח עלויות בגוגל ובפייסבוק: 25 ₪ – 45 ₪
שיווק תואר ראשון ספציפי – קהל יעד רחב, דוגמת לימודי תקשורת
טווח עלויות בגוגל רשת החיפוש/רשת התוכן /רשת אפיליאייט/פייסבוק 50 ₪ – 85 ₪
שיווק נושא ספציפי נישתי, דוגמת מגמת משחק בתאטרון, מגמת עיצוב במה
טווח עלויות בגוגל רשת החיפוש/רשת התוכן /רשת אפיליאייט/פייסבוק: 60 ₪ – 100 ₪
שיווק תוכניות מיוחדות לתואר שני (לדוגמה, מדיניות ציבורית, ניהול משאבי אנוש)
טווח עלויות בגוגל/פייסבוק: 30 ₪ – 100 ₪
10. במקרה של קמפיין פרפורמנס ברשתות תוכן ורשתות אפיליאייט – המציע מתחייב כי אם אינו עומד בטווח העלות המצופה כאמור, לאחר 5 הימים הראשונים של הקמפיין, הוא ייזום הרחבה של מגוון רשתות הפרפורמנס על מנת לעמוד ביעדים או הסטת תקציב מכלים פחות יעילים לכלים יעילים יותר. בכול מקרה לא ייגבה תשלום על פעילות האופטימיזציה.
11. לחשבונית המציע בגין הפקת מורכבות ו/או יום צילום יצרף המציע העתקים של חשבוניות ספקי המשנה. עמלת הניהול אשר תשלום למציע, תגזר מהעלויות בפועל.

12. בקטגוריית ההפקה - דיגיטל ואופליין (סעיף 5 שבטבלה שבסעיף 14) אחוז ההנחה יחול גם על השירותים המפורטים **בנספח ב' 1 למכרז מחירון הפקה**, והאוניברסיטה זכאית לרכוש את כלל או חלק מהשירותים הנ"ל באחוז ההנחה שהוצע ע"י המציע.

13. הצעה כספית או מתן הנחה נוספת שלא במסגרת זו, לרבות באמצעות מכתב נלווה, לא תילקח בחשבון.

14. התמורה שתשלם האוניברסיטה למציע עבור שירותי הפרסום כמפורט במכרז זה הינה כמפורט בסעיפים 2 - 8 שבטבלה שלהלן ואחוז החוזר העמלה שתקבל האוניברסיטה מהמציע הינו כמפורט בסעיף 1 שבטבלה שלהלן:

סעיף	קטגוריה	הצעת המציע	ניקוד מירבי
1.	קמפיין באנרים/ דיוור באתרי מאס מדיה או אתרי נישא קמפיין וידיאו באתרי מאס מדיה או באתרים יעודיים (לא כולל יוטוב ופייסבוק שאינו מנוהל בצורת RTB. קמפיין מובייל באפליקציות ובאתרי מאס מדיה תוכן שיווקי ושיתופי פעולה באתרים דוגמת הקמת ערוץ/תת ערוץ יעודי	אחוז (%) החזר עמלה שהאוניברסיטה תקבל מהמציע יהיה בגובה של: _____ %	3
	קטגוריה	עמלה מקסימלית	ניקוד מירבי
2.	קמפיין פרפורמנס, כולל: גוגל, פייסבוק, אינסטגרם, לינקדאין, ורשתות חברתיות נוספות. לרבות: מנוע חיפוש, רשתות תוכן, רשתות דיספליי, מייל, יוטוב, באנרים, וידיאו (ארטימדיה), פוסטים מקודמים וכיו"ב שימוש במערכות הגשה RTB כגון DV360	מקסימום 15%. כולל עלות הקמת קמפיין	13
3.	קמפיין תוכן במודל פרפורמנס (דוגמת טאבולה, אווטברייין וספקים נוספים)	מקסימום 15%	1
4.	עמלת ביצוע עבודת מיתוג ועיצוב עם ספק חיצוני של האוניברסיטה (להבדיל מפרילנסר איתו יש לספק התקשרות שוטפת!)	מקסימום 3%	1
5.	הפקה דיגיטל ואופליין	הנחה על כל הרכיבים המפורטים במחירון ההפקה נספח ב' 1	9
6.	מחירון הפקה מודעות בעיתונות	מילוי אחוזי הנחה במחירון המודעות לעיתונות נספח ב' 2	6
7.	ריטיינר ניהול דף ברשת חברתית דוגמת פייסבוק, אינסטגרם, לינקדאין בהתאם למפורט במפרט השירותים נספח א סעיף 7 *	הנחה ממחיר חודשי מקסימאלי 4,000 ₪ לפייסבוק אוניברסיטאי 2,500 ₪ לפייסבוק של פקולטה	2
35	סה"כ ניקוד מירבי אפשרי		

- האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות להוציא בכל עת את שירותי ניהול התוכן ברשתות חברתיות (לרבות בפייסבוק) מהמכרז ולקבלם מספק אחר לפי שיקול דעתה. במקרה בו סופקו ע"י המציע הזוכה שירותים אלו, תשלם האוניברסיטה עבור שירותים שבוצעו על ידו בפועל עד למועד הוצאת שירותי ניהול התוכן ברשתות חברתיות (לרבות בפייסבוק) מהשירותים הנכללים במכרז.

15. המציע לא יהיה רשאי להסתייג בשום צורה ואופן מטופס ההצעה ו/או מכל רכיב מרכיביו.

16. נתגלתה בהצעת של מציע, הסתייגות ו/או טעות ו/או השמטה ו/או תוספת ו/או שינוי ו/או ליקוי ו/או פגם, מכל מין וסוג שהם ומכל סיבה שהיא, תהיה האוניברסיטה רשאית, על פי שיקול דעתה הבלעדי והמוחלט לפסול הצעה על הסף ו/או לקבל מהמציע הבהרה ו/או הסתייגות ו/או להתעלם מקיומם של כל הסתייגות, טעות ו/או השמטה ו/או תוספת ו/או שינוי ו/או ליקוי ו/או פגם כאמור, ובהתאם לכך לשקלל את הצעתו של המציע.

אישור המציע

17. אנו הח"מ מאשרים שקראנו והבנו את מסמכי המכרז על כל נספחיו ואת טופס ההצעה הכספית - נספח ב', ואנו מתחייבים לעמוד באמור במסמכי המכרז ובנספחיו ובהצעה כספית זו המוגשת בזה על ידינו.

18. אנו הח"מ מצהירים, כי המחירים ו/או הכמויות אשר מופיעים בהצעה זו הוחלטו על ידי המציע באופן עצמאי, ללא התייעצות, הסדר או קשר עם מציע אחר או עם מציע פוטנציאלי אחר (למעט קבלני משנה ככל שישנם).

19. המחירים ו/או הכמויות המופיעים בהצעה זו לא הוצגו בפני כל אדם או תאגיד אשר מציע הצעות במכרז זה או תאגיד אשר יש לו את הפוטנציאל להציע הצעות במכרז זה (למעט קבלני המשנה ככל וישנם).

לא הייתי מעורב בניסיון להניא מתחרה אחר מלהגיש הצעות במכרז זה.

לא הייתי מעורב בניסיון לגרום למתחרה אחר להגיש הצעה גבוהה או נמוכה יותר מהצעתי זו.

לא הייתי מעורב בניסיון לגרום למתחרה להגיש הצעה בלתי תחרותית מכל סוג שהוא.

הצעה זו של התאגיד המציע מוגשת בתום לב ולא נעשית בעקבות הסדר או דין ודברים עם מתחרה או מתחרה פוטנציאלי אחר במכרז זה.

20. אנו מאשרים, כי המחירים המוצעים על ידינו עבור מתן השירותים הינם מחירים סופיים, קבועים ומלאים הכוללים את מלוא התמורה, לרבות הרווח וכולל את כל העלויות וההוצאות הכרוכות באספקת המוצרים והשירותים לאוניברסיטה וכוללים את הוצאות המשרד, הרווח, העובדים, הוצאות נסיעה וכל עלות והוצאה אחרת.

21. אנו מאשרים כי לא נהיה זכאים לדרוש ומתחייבים לא לדרוש תשלום תמורה נוסף עבור השירותים ואספקתם לאוניברסיטה מלבד התמורה שתשולם על בסיס המחירים שהוצעו על ידנו בהצעתנו הכספית, והאוניברסיטה תשלם רק עבור אספקת המוצרים והשירותים בפועל, כשהם עומדים בתנאים המפורטים במסמכי המכרז ובנספחיו.

22. אנו מודעים לכך כי המחירים שנרשמו על ידינו בטופס ההצעה הכספית, אינם כוללים מע"מ.

חותמת המציע

חתימת המציע

**מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב**

נספח ב'1

מחירון הפקה – דיגיטל ואופליין

מחיר בש"ח לא כולל מע"מ	פירוט הערות	מרכיב
₪ 1,000	באנר 2 GIF + animation/html אבטיפוסים/ גריד לבאנרים	באנר ראשון + 2 אבטיפוסים - (סה"כ קוביה, מגדל, מאורץ)
₪ 750	באנר סטטי פריים אחד + 2 אבטיפוסים/גריד לבאנרים	
₪ 80	התאמה לבאנר Animation GIF	התאמות גודל לדסקטופ ולמובייל
₪ 60	התאמה לבאנר סטטי פריים אחד- JPEG JPG PNG GIF	
	*עלות התאמת גודל כוללת לודרים וסגירה לאתר/מערכת הגשה.	
₪ 30	סטטי או Animation GIF	עדכון לודר, סגירה, קידוד לבאנר בגודל קיים
₪ 600	באנר GIF animation חדש (כולל קופי) + 2 אבטיפוסים שנבנה תחת גריד קיים	באנר חדש תחת גריד קיים
₪ 500	באנר סטטי פריים אחד חדש (כולל קופי) + 2 אבטיפוסים שנבנה תחת גריד קיים	
₪ 80		עדכון טקסט לבאנר בגודל קיים
₪ 400	עיצוב חדש שלא כחלק מקמפיין	באנר סטטי לאתר האוניברסיטה
₪ 1,200	תכנות עמוד נחיתה שכולל טופס איסוף פרטים והתממשקות ל CRM. במקרים מסויימים יהיו תמונות מתחלפות. כולל הטמעת קוד לאיסוף דטאות - גוגל, פייסבוק ורשתות חברתיות אחרות.	עיצוב ותכנות עמוד נחיתה חדש (או יצירת גריד ראשוני) רספונסיבי. מונגש לפי תקנות הנגישות לשירות לפי תקן ישראלי 5568
₪ 650	יצירת דף נחיתה לקמפיין חדש (כולל קופי) תחת גריד קיים. כולל טופס לאיסוף פרטים והתממשקות למערכת - CRM רספונסיבי. כולל הטמעת קוד לאיסוף דטאות - גוגל, פייסבוק ורשתות חברתיות אחרות	עיצוב ותכנות דף נחיתה תחת גריד קיים - רספונסיבי ומונגש לפי תקנות הנגישות לשירות לפי תקן ישראלי 5568
₪ 100	עדכון טקסטואלי (ללא עבודת קופי, לדוגמה שינוי תאריך) לדף נחיתה קיים	
₪ 200	עדכון תוכן דינמי, לדוגמה: תמונות, גיפ, וידיאו וכד' באזור הקיים בדף הנחיתה	
	עד 4 עמודים מונפשים כולל טופס איסוף פרטים + אדמין המתממשק ל- CRM + רספונסיבי. כולל הטמעת קוד לאיסוף דטאות – גוגל, פייסבוק ורשתות חברתיות אחרות	מיניסייט - רספונסיבי ומונגש לפי תקנות הנגישות לשירות לפי תקן ישראלי 5568
₪ 2,500	2 עמודים	
₪ 3,000	3 עמודים	
₪ 3,500	4 עמודים	
₪ 300		תיקון/ הוספה/הורדה של שדות בטופס איסוף פרטים בדף הנחיתה

שעת תכנות	שעת תכנות עבור מטלה שאינה מתומחרת במחירון זה	270 ₪
תכנות סקר 3-4 שאלות על דף נחיתה	יצירת שאלון טמפלט לרכיב שיושב במיניסטיט, דפי נחיתה או באתר. תמחור מחולק לכתובה, עיצוב, הטמעה, שכפול לפלטפורמות נוספות	3,000 ₪
	שכפול לדפי נחיתה נוספים	600 ₪
הכנת מודעת קרוסלה ברשתות חברתיות	עד 10 תמונות	450 ₪
תיקון מודעת קרוסלה	עדכון טקסטואלי ו/או עיצוב על קרוסלה קיימת	100 ₪
גיפ דינמי לרשתות חברתיות		500 ₪
הפקת מודעה/סטורי לאינסטגרם/לינקדאין	כולל קופי, עיצוב, ויזואל	150 ₪
הקמה/עדכון קמפיין גוגל	מחקר מילות מפתח, טרגוט, יצירת מודעות טקסט לינק וכיו"ב	חלק מעמלת ניהול
הקמה/עדכון קמפיין בפייסבוק וברשתות חברתיות אחרות	טרגוט, יצירת 4 מודעות סטטיות ל AB סטינג, אופטימיזציה וכיו"ב	חלק מעמלת ניהול
הקמה/עדכון במערכת הגשה RTB	לדוגמה DV360	חלק מעמלת ניהול
הקמה/עדכון קמפיין פרפורמנס		חלק מעמלת ניהול
עיצוב דיורור html	שכפול דיורור html תחת עיצוב קיים	900 ₪
	כולל קופי, עיצוב, ויזואל	600 ₪
עיצוב דיורור תמונה	עדכון טקסטואלי	80 ₪
קונספט יום פתוח	חשיבה ועיצוב של שילוט חוצות – עד 3 ורסיות + תסריט לתשדיר רדיו + עיצוב דף נחיתה + עיצוב 1 באנרים + תסריט לוידאו	10,000 ₪
עיצוב מאסטר לשילוט מחוון או תחת אוטובוס + סגירה + אייריס		1,800 ₪
שילוט מחוון או תחנת אוטובוס - התאמת גודל/שינוי טקסט + סגירה + אייריס		300 ₪
עיצוב מודעת עיתון שלא תחת גריד האוניברסיטה	מודעת עיתון שלא בגריד האוניברסיטה. קופי + עיצוב וסגירה למודעת עיתון עמוד 1 (צבעוני)	1,800 ₪
הפקת תשדיר רדיו	הפקת תשדיר רדיו 20 שניות והפקת גרסה מקוצרת לתשדיר עד 10 שניות מוזיקה- שימוש ממאגר אישי של הקריין/מאגר מ- audio jungle זמן אולפן טכנאות סאונד המרה לפורמט הדרוש זכויות שימוש לשנה	3,200 ₪

1,500 ₪	מא' ועד ת' לשליחה לתחנה	הפקת חסות ברדיו
8,500 ₪	סרטונים מסוג "טסטמוניאלס". כדוגמה: https://www.youtube.com/watch?v=au3fUH-dpOI	הפקת סרטוני וידיאו - עם גרסה שמתאימה לרשתות חברתיות
4,200 ₪ לסרטון	סדרת סרטוני טסטמוניאלס (10 לפחות) בעלי קונספט משותף. לדוגמה סדרת "מילה של סטודנטים": https://www.facebook.com/tau2go/videos/923467421338577	
1,200 ₪		פלייר/עלון A5 דו"צ
1,600 ₪		פלייר/עלון A4 דו"צ
800 ₪		רולאפ
1,000 ₪		גלויה דו"צ
1,200 ₪		פוסטר
0.4 אג'	עלות למילה	תרגום לאנגלית
	על המתרגם להיות בעל אוריינטציה לתכנית (אנגלית שיווקית, אנגלית אקדמית)	
0.8 אג'	עלות למילה	כתיבת כתבת תוכן - עברית
	לא כולל כתיבת תוכן שיווקי באתרי תוכן כחלק מעסקת תוכן שיווקי - במקרה זה כתובת התוכן נעשית ע"י הכותבים באתר בחלק מהעסקה.	
1.8 ₪	עלות למילה	כתיבת תוכן - אנגלית

*** הערה חשובה לעניין נספח ב'1 ***

סביר להניח שלאורך תקופת ההתקשרות יושקו כלי פרסום חדשים ואף פלטפורמות פרסום חדשות. במקרה זה, האוניברסיטה והספק יבחנו אם הכלים/הפלטפורמות החדשים דומים לפריטים קיימים במחירון (מבחינת מהות הכלי ושעות עבודה נדרשות להפקה) ויסכימו על הצמדתו למחיר של מוצר קיים.

במקרים מיוחדים שבהם לא ניתן יהיה להסכים על מחיר מתוך המחירון הנ"ל יתבצע מו"מ בין הצדדים ויקבע המחיר המקובל בשוק + אחוז ההנחה שיציע הספק במכרז זה על מחירון ההפקה.

**מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב**

נספח ב'2

מחירון מודעות בעיתונות

המציע ימלא במחירון המודעות בעיתונות את המחיר המוצע על-ידו לאינטש (לא כולל מע"מ) (עמודה A) בכל-אחת מהשורות בטבלה.

סה"כ העלות המשוקללת (עמודה C) תשוקלל באופן הבא:

$$\text{עמודה C} = \text{עמודה B} * \text{עמודה A}$$

ההצעה הזוכה תהיה ההצעה שסה"כ העלות המשוקללת שלה בטבלה שבנספח ב'2 היא הנמוכה ביותר.

ההצעה הנמוכה ביותר תקבל את מספר הנקודות המירבי האפשרי (6 נק') וכל שאר ההצעות יקבלו נקודות יחסית אליה, לפי החישוב הבא:

[ההצעה הנמוכה ביותר לחלק בהצעה הנבדקת] * 6

סוג מודעה	עיתון	מחיר מירבי לאינטש (ב-ש"ח, לא כולל מע"מ)	מחיר מוצע לאינטש (ב-ש"ח, לא כולל מע"מ)	פירוט	משקל בהצעת המציע	סה"כ עלות משוקללת (B*A)
			A		B	C
כללי	הארץ	179 ₪	_____ ₪	צבע, כל השבוע	50%	
כללי	הראלד טריביון	100 ₪	_____ ₪	צבע, כל השבוע	2%	
כללי	ידיעות חול	410 ₪	_____ ₪	שחור/לבן	1%	עד 26% תוספת לצבע
כללי	ידיעות סופ"ש	510 ₪	_____ ₪	שחור/לבן	1%	עד 35% תוספת לצבע
כללי	ג'רוזלם פוסט חול	125 ₪	_____ ₪	חול, צבע	4%	עד 16% תוספת לסופ"ש
כללי	גלובס	200 ₪	_____ ₪	צבע, כל השבוע	2%	
מכרזים	ידיעות חול	330 ₪	_____ ₪	שחור/לבן	6%	
מכרזים	ידיעות סופ"ש	440 ₪	_____ ₪	שחור/לבן	1%	
מכרזים	אלסנארה	43 ₪	_____ ₪	שחור/לבן, כל השבוע	1%	
מכרזים	אלאיתיחאד	40 ₪	_____ ₪	שחור/לבן, כל השבוע	1%	

סוג מודעה	עיתון	מחיר מירבי לאינטש (ב-ש"ח, לא כולל מע"מ)	מחיר מוצע לאינטש (ב-ש"ח, לא כולל מע"מ)	פירוט	משקל בהצעת המציע	סה"כ עלות משקוללת (B*A)
מכרזים	הארץ	78 ₪	_____ ₪	שחור/לבן, כל השבוע	1%	
מכרזים	ישראל היום	440 ₪	_____ ₪	שחור/לבן, כל השבוע	1%	
מכרזים	גלובס	120 ₪	_____ ₪	שחור/לבן, כל השבוע	1%	
אבל	הארץ	150 ₪	_____ ₪	שחור/לבן, כל השבוע	14%	
אבל	ידיעות חול	361 ₪	_____ ₪	שחור/לבן	11%	
אבל	ידיעות סופ"ש	464 ₪	_____ ₪	שחור/לבן	1%	
אבל	גירוזלם פוסט	155 ₪	_____ ₪	שחור/לבן, כל השבוע	1%	
אבל	הראלד טריביון	220 ₪	_____ ₪	שחור/לבן, כל השבוע	1%	
סיכום העלות המשוקללת (שורה D)					100%	

הערות כלליות:

א. המחיר המוצע לא יכלול מע"מ. תנאי ההצמדה מפורטים בהסכם ההתקשרות (נספח ח').

ב. במקרה של אי התאמה בין מחיר היחידה לבין הסכום המתקבל מהכפלת הכמויות של אותו פריט במחיר היחידה שלו, יתוקן הסה"כ של הפריט לפי הסכום המתקבל מהמכפלה. מחיר היחידה נשאר קבוע ועומד.

ג. מובהר כי אם ברצון המציע לתת הנחה על סכום הצעתו עליו לעשות כן במחירי היחידה ולא כהנחה מהסכום הכללי. הצעה כספית או מתן הנחה נוספת שלא במסגרת זו, לרבות באמצעות מכתב נלווה, לא תילקח בחשבון.

*** הערה חשובה לעניין נספח ב' 2 ***

סביר להניח שלאורך תקופת ההתקשרות יושקו כלי פרסום חדשים ואף פלטפורמות פרסום חדשות. במקרה זה, האוניברסיטה והספק יבחנו אם הכלים/הפלטפורמות החדשים דומים לפריטים קיימים במחירון (מבחינת מהות הכלי ושעות עבודה נדרשות להפקה) ויסכימו על הצמדתו למחיר של מוצר קיים.

במקרים מיוחדים שבהם לא ניתן יהיה להסכים על מחיר מתוך המחירון הנ"ל יתבצע מו"מ בין הצדדים ויקבע המחיר המקובל בשוק + אחוז ההנחה שיציע הספק במכרז זה על מחירון ההפקה.

מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב

נספח ג'

תצהיר לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, תשל"ו-1976

אני החתום מטה, מר/גב' _____, נושא/ת ת.ז. ש.מספרה _____, לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר/ה בכתב כדלקמן:

1. אני הוסמכתי כדין ע"י _____ (להלן: "המציע") לחתום על תצהיר זה בתמיכה להצעת המציע למכרז מס' הס. 26/2020 למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה עבור אוניברסיטת תל אביב (להלן: "המכרז").

2. המציע, מי שנשלט על ידו, ואם המציע הוא חבר בני אדם – גם בעל השליטה בו או חבר בני אדם אחר שבשליטת בעל השליטה בו (שליטה – כמשמעותה בחוק ניירות ערך, התשכ"ח-1968), לא הורשע בפסק דין חלוט בעבירה לפי חוק עובדים זרים (איסור העסקה שלא כדין והבטחת תנאים הוגנים), התשמ"א-1991 בשנה שקדמה למועד הגשת ההצעה למכרז; ואם הורשע בפסק דין חלוט בשתי עבירות או יותר לפי אותו חוק, ההרשעה האחרונה לא הייתה בשלוש השנים שקדמו למועד הגשת ההצעה למכרז;

3. המציע, לרבות חבר בני אדם שנשלט על ידו, ואם המציע הוא חבר בני אדם – גם בעל השליטה בו או חבר בני אדם שהרכב בעלי מניותיו או שותפיו, לפי העניין, דומה במהותו להרכב כאמור של המציע, ותחומי פעילותו של חבר בני האדם דומים במהותם לתחומי פעילותו של המציע, וכן מי שאחראי מטעם המציע על תשלום שכר עבודה, ואם המציע הוא חבר בני אדם שנשלט שליטה מהותית – גם חבר בני אדם אחר, שנשלט שליטה מהותית בידי מי ששולט במתקשר (שליטה – כמשמעותה בחוק הבנקאות (רישוי), התשמ"א-1981), לא הורשע בעבירה לפי חוק שכר מינימום, התשמ"ז-1987, ואם הורשע בעבירה אחת לפי אותו חוק – במועד הגשת ההצעה למכרז חלפה שנה אחת לפחות ממועד ההרשעה, אם הורשע בשתי עבירות או יותר לפי אותו חוק – במועד הגשת ההצעה למכרז חלפו שלוש שנים לפחות ממועד ההרשעה האחרונה.

4. המציע יסמן ✓ באפשרות הנכונה:

הוראות סעיף 9 לחוק שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות, התשנ"ח-1998 (להלן: "חוק שוויון זכויות") אינן חלות על המציע;

או לחילופין;

הוראות סעיף 9 לחוק שוויון זכויות חלות עליו והוא מקיים אותן ובמידה והוא מעסיק יותר מ- 100 עובדים, נכון למועד האחרון להגשת ההצעות, המציע מצהיר ומתחייב, גם כדלקמן: (i) כי יפנה למנהל הכללי של משרד העבודה הרווחה והשירותים החברתיים לשם בחינת יישום חובותיו לפי סעיף 9 לחוק שוויון זכויות ובמידת הצורך – לשם קבלת הנחיות בקשר ליישומן; או לחילופין (ii) כי פנה בעבר למנהל הכללי של משרד העבודה הרווחה והשירותים החברתיים לשם בחינת יישום חובותיו לפי סעיף 9 לחוק שוויון זכויות בהתאם להוראות סעיף 4 זה, קיבל ממנו הנחיות בעניין ופעל ליישומן.

לצורך סעיף 4 זה: "מעסיק" – כמשמעותו בחוק שוויון זכויות.

5. במידה ויהיה שינוי בעובדות העומדות בבסיס תצהיר זה עד למועד האחרון להגשת ההצעות במכרז, אעביר את המידע לאלתר לגופים המוסמכים באוניברסיטת תל-אביב.

6. זה שמי, זו חתימתי ותוכן תצהירי דלעיל אמת.

חתימת המצהיר/ה

אישור עו"ד

הנני מאשר בזה, כי ביום _____ הופיע/ה בפני, עו"ד _____, במשרדי ברחוב _____, מר/גב' _____, שזיהה/תה עצמה/ה ע"י תעודת זהות מספר _____, המוסמך/ת לחתום על ההצעה למכרז ועל תצהיר זה בשם המציע, ואחרי שהזהרתי/וה כי עליו/ה להצהיר את האמת וכי יהיה/תה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק אם לא יעשה/תעשה כן, אישר/ה את נכונות הצהרתו/ה דלעיל וחתם/ה עליה בפני.

חתימה וחותמת עו"ד ומס' רישיון

תאריך

**מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב**

נספח ד'

**אישור בדבר ניהול פנקסי חשבונות
ורשומות לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, תשל"ו – 1976**

1. אני הח"מ _____, "פקיד מורשה" כמשמעותו בחוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו – 1976 / רואה חשבון / קבלן מס (יש לסמן X במקום המתאים) מדווח בזאת כי למיטב ידיעתי.

מס' זהות/מס' רשום חבר בני אדם

שם

מנהל / פטור מלנהל (יש לסמן X במקום המתאים) את פנקסי החשבונות והרשומות שעליו לנהל עפ"י פקודת מס הכנסה חוק מס ערך מוסף, התשל"ו – 1975.

נוהג לדווח לפקיד השומה על הכנסותיו ולמנהל מע"מ על עסקאות שמוטל עליהן מס לפי חוק מס ערך מוסף.

2. אישור זה אינו מהווה אסמכתא לעניין קבילות פנקסי החשבונות, אין בו כדי לחייב בצורה כלשהי בפני ועדת ערר או בפני בית המשפט, ואין הוא קובע עמדה ביחס לתקינותם של הדו"חות, מועדי הגשתם או נכונות הסכומים ששולמו על פיהם.

3. תוקף האישור הינו מיום הנפקתו ועד ליום _____.**

חתימה

מס' רישיון

תואר

שם

תאריך

* מחק את המיותר.

** רשום את המועד, ולא יאוחר מיום 31 במרס של השנה שלאחר השנה שבה הונפק האישור.

תשומת הלב: ניתן להגיש אישור מקורי או העתקו, במקום אישור זה

**מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב**

נספח ה'

תצהיר פשיטת רגל והעדר תביעות ואי קיום "הערת עסק חי"

אני הח"מ _____ ת.ז. _____, לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר/ה בזה כדלהלן:

1. הנני נותן תצהיר זה בשמי ובשם _____ (להלן: "המציע"), שהוא הגוף המבקש להתקשר עם האוניברסיטה במסגרת מכרז פומבי מס' הס. 26/2020 למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה עבור אוניברסיטת תל אביב (להלן: "המכרז").

2. אני מכהן כ- _____, והנני מוסמך/ת לתת תצהיר זה בשם המציע.

3. הנני מצהיר, כי נכון ליום תצהירי זה _____, לא מתנהלות תביעות נגד המציע אשר עלולות לפגוע ביכולתו לקיים את התחייבויותיו עפ"י מכרז זה, כולן או מקצתן, והוא אינו נמצא בהליכי פשיטת רגל ו/או פירוק ולא קיימת למציע "הערת עסק חי" או כל הערה דומה שמצביעה על קיום ספק בדבר יכולתו של המציע להמשיך ולהתקיים כ"עסק חי".

4. הנני מצהיר, כי נכון ליום תצהירי זה _____, לא מתנהלות תביעות נגדי אשר עלולות לפגוע בהתחייבויות המציע עפ"י מכרז זה ואינני נמצא בהליכי פשיטת רגל.

5. זהו שמי, להלן חתימתי ותוכן תצהירי דלעיל אמת.

חתימת המצהיר/ה

אישור עו"ד

הנני מאשר/ת בזה כי ביום _____ הופיע בפני עורך דין _____ מר/גב' _____ במשרדי ברחוב _____ בעיר _____ שזיהה/זיהתה עצמו/ה ע"י תעודת זיהוי מס' _____ /המוכר/ת לי באופן אישי ואחרי שהוזהרתי/ה כי עליו/ה להצהיר את האמת וכי ת/יהיה צפויה/ לעונשים הקבועים בחוק אם לא ת/יעשה כן, אישר/ה את נכונות ההצהרה הנ"ל וחתם/ה עליה.

חתימה וחותמת עוה"ד ומס' רישיון

תאריך

**מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב**

נספח ו'

תצהיר להוכחת עמידת המציע בתנאי הסף המקצועיים

אני החתום מטה, מר/גב' _____, נושא/ת ת.ז. ש.מספרה _____, לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר/ה בכתב כדלקמן:

1. אני משמש בתפקיד _____ ואני הוסמכתי כדין ע"י _____ (להלן: "המציע") לחתום על תצהיר זה בתמיכה להצעת המציע במכרז פומבי מס' הס. 26/2020 למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה עבור אוניברסיטת תל אביב (להלן: "המכרז").

2. הריני להצהיר כדלהלן:

2.1. המציע הינו משרד פרסום דיגיטלי ואו משרד פרסום כללי ו/או שבבעלותו "חברה קשורה" שיש בו מחלקה עצמאית שעוסקת בעיקר בפרסום דיגיטלי.

"חברה קשורה" - בהגדרתה בחוק ניירות ערך, תשכ"ח-1968.

למען תהא התמונה ברורה, רק חברה אחת מבין החברות הקשורות יכולה להגיש הצעתה למכרז זה. ככל ויגישו שתי החברות הצעה למכרז, תהא רשאית ועדת המכרזים של האוניברסיטה לפסול את שתי ההצעות, או אחת מהן או להחליט כל החלטה בהתאם לדיני המכרזים ועל פי שיקול דעתה הבלעדי והמוחלט.

2.2. המציע סיפק שירותים באינטרנט (דיגיטל) דומים לאלה הנדרשים במכרז זה למשך לפחות ארבע (4) שנים רצופות עד למועד האחרון להגשת הצעות למכרז זה.

2.3. המציע סיפק שירותי פרסום אופליין דומים לאלה הנדרשים במכרז, לרבות רכישת מודעות בעיתונות, לפחות במשך שלוש (3) שנים רצופות עד למועד אחרון להגשת הצעות במכרז זה.

2.4. בתקופה רצופה של לפחות שנים עשר (12) החודשים הרצופים שקדמו למועד האחרון להגשת ההצעות, המציע העסיק ומעסיק גם במועד האחרון להגשת ההצעות, לפחות חמישה עשר (15) עובדים שכירים (ביחסי עובד- מעסיק) (לא כולל פריילנסרים) שעוסקים בעיקר בפרסום באינטרנט (דיגיטל).

2.5. המציע מעסיק במועד ההגשה עובדים העונים על הדרישות המפורטות בתנאי הסף 4.1.5 כדלקמן:

יש לצרף מסמכי קו"ח עבור חבר הצוות המוצע במסגרת ההצעה והעתיד לעבוד במסגרת מתן השירותים לאוניברסיטה.

מחלקה	מס"ד	שם העובד	תפקיד	מס' שנות ניסיון
תוכן	1			
	קריאייטיב	1		
		2		
ניהול לקוחות	3			
	1			
	2			
	3			
	4			

מס' שנות ניסיון	תפקיד	שם העובד	מס"ד	מחלקה
			1	מדיה
			2	
			1	מתכנתים
			2	
			1	אסטרטגיה

הערה: ככל שאותו מועסק אצל המציע ממלא גם את דרישת הסף שבסעיף 5.2.5 (ג) לגבי ניהול לקוחות וגם את דרישת הסף שבסעיף 5.2.5 (ד) לגבי מומחה מדיה (לדוגמא תקציבאי דיגיטל מומחה מדיה), ניתן לציין אותו כמענה על כל אחד מהסעיפים הנ"ל.

2.6. המציע סיפק שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטלי) הדומים לאלה הנדרשים במכרז זה בהתאם לתנאים המצטברים כדלקמן:

2.6.1. לפחות שלושה (3) לקוחות בכל אחת מהשנים 2017, 2018 ו-2019.

2.6.2. המציע מעניק לכל אחד מהלקוחות המוצגים בסעיף 2.6.1 לעיל שירותים במשך שמונה (8) חודשים לפחות ברציפות בכל אחת מהשנים הנדרשות.

2.6.3. לכל אחד מהלקוחות המוצגים בסעיף 2.6.1 לעיל ניתנו שירותים בכל אחת מהשנים בהיקף שנתי של לפחות 1,500,000 ₪ (לא כולל מע"מ) עבור פרסום דיגיטלי.

הערה כללית לסעיף 2.6: אין צורך שבכל שנה יהיו לקוחות זהים. ניתן שיהיה שוני בין הלקוחות בכל שנה בכפוף לעמידתם בכל הנדרש בתנאי הסף.

בטבלה שלהלן מפורטים הלקוחות:

מס"ד	שנת אספקת השירותים	שם הלקוח	תקופת ההתקשרות M - חודש Y - שנה (MM/YYYY) עד (MM/YYYY)	האם היקף ההתקשרות השנתי הינו לפחות 1,500,000 ₪ לא כולל מע"מ עבור פרסום באינטרנט (דיגיטלי)? נדרש לסמן X במקום המתאים
.1	2017			<input type="checkbox"/> כן
				<input type="checkbox"/> לא
.2	2017			<input type="checkbox"/> כן
				<input type="checkbox"/> לא
.3	2017			<input type="checkbox"/> כן
				<input type="checkbox"/> לא
.4	2018			<input type="checkbox"/> כן
				<input type="checkbox"/> לא
.5	2018			<input type="checkbox"/> כן
				<input type="checkbox"/> לא

מס"ד	שנת אספקת השירותים	שם הלקוח	תקופת ההתקשרות M- חודש Y- שנה (MM/YYYY) עד (MM/YYYY)	האם היקף ההתקשרות השנתי הינו לפחות 1,500,000 ₪ לא כולל מע"מ עבור פרסום באינטרנט (דיגיטלי)? נדרש לסמן X במקום המתאים
.6				כן <input type="checkbox"/> לא <input type="checkbox"/>
.7	2019			כן <input type="checkbox"/> לא <input type="checkbox"/>
.8				כן <input type="checkbox"/> לא <input type="checkbox"/>
.9				כן <input type="checkbox"/> לא <input type="checkbox"/>

הערה: מספר השורות להמחשה בלבד. המציע יהיה רשאי לערוך טבלה זהה לזו המפורטת לעיל ולהוסיף שורות בהתאם לצרכיו.

2.7. המציע סיפק שירותי פרסום בעיתונות הכתובה הדומים לאלה הנדרשים במכרז זה בהתאם לתנאים המצטברים כדלקמן:

2.7.1. לפחות לשני (2) לקוחות בכל אחת מהשנים 2017, 2018 ו-2019.

2.7.2. המציע מעניק לכל אחד מהלקוחות המוצגים בסעיף 2.7.1 לעיל שירותים במשך שמונה (8) חודשים לפחות ברציפות בכל אחת מהשנים הנדרשות.

2.7.3. לכל אחד מהלקוחות המוצגים בסעיף 2.7.1 לעיל ניתנו שירותים בכל אחת מהשנים בהיקף שנתי של לפחות 800,000 ₪ (לא כולל מע"מ).

הערה כללית לסעיף 2.7: אין צורך שבכל שנה יהיו לקוחות זהים. ניתן שיהיה שוני בין הלקוחות בכל שנה בכפוף לעמידתם בכל הנדרש בתנאי הסף.

בטבלה שלהלן מפורטים הלקוחות:

מס"ד	שנת אספקת השירותים	שם הלקוח	תקופת ההתקשרות M- חודש Y- שנה (MM/YYYY) עד (MM/YYYY)	האם היקף ההתקשרות השנתי הינו לפחות 800,000 ₪ לא כולל מע"מ עבור פרסום בעיתונות הכתובה? נדרש לסמן X במקום המתאים
.1	2017			כן <input type="checkbox"/> לא <input type="checkbox"/>
.2				כן <input type="checkbox"/> לא <input type="checkbox"/>
.3	2018			כן <input type="checkbox"/> לא <input type="checkbox"/>

האם היקף ההתקשרות השנתי הינו לפחות 800,000 ₪ לא כולל מע"מ עבור פרסום בעיתונות הכתובה? נדרש לסמן X במקום המתאים	תקופת ההתקשרות M- חודש Y- שנה (MM/YYYY) עד (MM/YYYY)	שם הלקוח	שנת אספקת השירותים	מס"ד
<input type="checkbox"/> כן <input type="checkbox"/> לא				.4
<input type="checkbox"/> כן <input type="checkbox"/> לא			2019	.5
<input type="checkbox"/> כן <input type="checkbox"/> לא				.6

הערה: מספר השורות להמחשה בלבד. המציע יהיה רשאי לערוך טבלה זוה לזו המפורטת לעיל ולהוסיף שורות בהתאם לצרכיו.

הערה לסעיפים 2.6 ו-2.7 לעיל: המציע רשאי להציג את אותו לקוח גם כעונה על התנאי הקבוע בסעיף 2.6 וגם כעונה על התנאי הקבוע בסעיף 2.7 לעיל.

3. זהו שמי, זו חתימתי ותוכן תצהירי זה אמת.

_____ חתימת המצהיר/ה

אישור עו"ד

הנני מאשר/ת בזה, כי ביום _____ הופיע בפני, עו"ד _____, במשרדי ברחוב _____, מר/גב' _____, שזיהה/תה עצמו/ה ע"י תעודת זהות מספר _____ המוכרת לי אישית, המוסמך/ת לחתום על ההצעה למכרו ועל תצהיר זה בשם המציע, ואחרי שהזהרתיו/ה כי עליו/ה להצהיר את האמת וכי יהיה/תהיה צפויה לעונשים הקבועים בחוק אם לא יעשה/תעשה כן, אישר/ה את נכונות הצהרתו/ה דלעיל וחתם/ה עליה בפני.

_____ חתימה וחותמת עוה"ד ומס' רישיון

_____ תאריך

**מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב**

נספח ו'1

פרטי לקוחות בהתאם לסעיף 14.3.1

החל משנת 2017 ואילך, המציע סיפק שירותי פרסום במשך שמונה (8) חודשים ברציפות, הדומים לאלה הנדרשים במכרז.

פרטי הלקוחות הנ"ל מפורטים להלן:

מס"ד	שם הלקוח	תקופת ההתקשרות	פרטי איש קשר (שם מלא, תפקיד, טל' סולארי, כתובת דואר אלקטרוני)
.1		תאריך התחלה _____ תאריך סיום _____	שם מלא: _____ תפקיד: _____ טלפון סולארי: _____ דוא"ל: _____
.2		תאריך התחלה _____ תאריך סיום _____	שם מלא: _____ תפקיד: _____ טלפון סולארי: _____ דוא"ל: _____
.3		תאריך התחלה _____ תאריך סיום _____	שם מלא: _____ תפקיד: _____ טלפון סולארי: _____ דוא"ל: _____
.4		תאריך התחלה _____ תאריך סיום _____	שם מלא: _____ תפקיד: _____ טלפון סולארי: _____ דוא"ל: _____
.5		תאריך התחלה _____ תאריך סיום _____	שם מלא: _____ תפקיד: _____ טלפון סולארי: _____ דוא"ל: _____
.6		תאריך התחלה _____ תאריך סיום _____	שם מלא: _____ תפקיד: _____ טלפון סולארי: _____ דוא"ל: _____

פרטי איש קשר (שם מלא, תפקיד, טל' סולארי, כתובת דואר אלקטרוני)	תקופת ההתקשרות	שם הלקוח	מס"ד
שם מלא: _____ תפקיד: _____ טלפון סולארי: _____ דוא"ל: _____	תאריך התחלה _____ תאריך סיום _____		.7
שם מלא: _____ תפקיד: _____ טלפון סולארי: _____ דוא"ל: _____	תאריך התחלה _____ תאריך סיום _____		.8
שם מלא: _____ תפקיד: _____ טלפון סולארי: _____ דוא"ל: _____	תאריך התחלה _____ תאריך סיום _____		.9
שם מלא: _____ תפקיד: _____ טלפון סולארי: _____ דוא"ל: _____	תאריך התחלה _____ תאריך סיום _____		.10

חתימה וחותמת המציע

שם מלא של החותם בשם המציע

תאריך

מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב

נספח ז'

אישור מורשי חתימה

אני הח"מ _____, עו"ד, שכתובתו: _____, מאשר/ת בזה כדלקמן:
התאגיד ששמו: _____ התאגד ונרשם כדין ביום: _____ ומספרו
המזהה הוא _____ (להלן: "המציע").

חותמת התאגיד ופרטי מורשי החתימה מטעם המציע:

שם מלא	תפקיד	ת.ז.	חתימה
.1			
.2			
.3			
.4			
.5			
.6			

חותמת המציע

נוסח ההצהרה:

כל אחד בנפרד/כולם יחדיו (מחק את המיותר) מחייבים את המציע לכל דבר ועניין לרבות לעניין התקשרותו במסגרת המכרז הנ"ל.

משרדו הרשום של המציע מצוי בכתובת שלהלן: _____

חותמת

חתימה

תאריך

מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב

נספח ז' 1

נוסח ערבות ביצוע הסכם

לכבוד
אוניברסיטת תל אביב
קריית האוניברסיטה, ת.ד. 39040
רמת-אביב, תל-אביב 6139001

הנדון: ערבות מס' _____

אנו ערבים בזאת כלפיכם לסילוק כל סכום עד לסך של 50,000 ₪ (במילים: חמישים אלף ש"ח), שיוצמד למדד המחירים לצרכן מתאריך _____ אשר תדרשו מאת _____ (להלן: "החייב"), בעל ח.פ/ע.מ. מס' _____ בקשר עם מכרז פומבי מס' הס' 26/2020 למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה עבור אוניברסיטת תל אביב.

אנו נשלם לכם תוך 7 ימים מתאריך דרישתכם הראשונה בכתב כל סכום הנקוב בדרישתכם הנ"ל, בלי שיהיה עליכם לנמק את דרישתכם או לבססה, מבלי שתידרשו תחילה להסדיר את סילוק הסכום כאמור מאת החייב ומבלי שנטען כלפיכם כל טענת הגנה שתעמוד או שיכולה לעמוד לחייב בקשר לחיובו כלפיכם, וזאת בתנאי שהסכום הכולל שנשלם לכם עפ"י ערבותנו זו לא יעלה על הסכום הנקוב לעיל.

ערבות זו תהיה בתאריך _____ עד תאריך _____

אם נדרש לשלם חלק מסכום הערבות, הרי יתרת הערבות (ההפרש בין הערבות ודרישתכם), תישאר כערבות לכם עד מועד פקיעתה בתאריך הנקוב לעיל, ובהתאם לתנאים לעיל.

ערבות זו אינה ניתנת להעברה או להסבה.

דרישה עפ"י ערבות זו יש להפנות לסניף הבנק/חברת הביטוח שכתובתו:

מספר הבנק ומספר הסניף

שם הבנק/חברת הביטוח

כתובת סניף הבנק/חברת הביטוח

חתימה וחותמת

שם מלא

תאריך

**מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב**

נספח ח'

הסכם התקשרות

שנערך ונחתם בתל אביב ביום _____ בחודש _____ 2020

ב י ן

אוניברסיטת תל-אביב

מקריית האוניברסיטה, ת.ד. 39040

רמת אביב, תל אביב 6139001

(שתיקרא להלן, לשם הקיצור בשם "האוניברסיטה")

מצד אחד,

ל ב י ן

ח.פ. :
כתובת:
(שתיקרא להלן, לשם הקיצור, בשם "הספק")
מצד שני,

מ ב ו א

ה ו א י ל והאוניברסיטה מעוניינת קבלת שירותי פרסום באינטרנט ובעיתונות הכתובה ולצורך כך פרסמה מכרז פומבי מס' הס' 26/2020, למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה לאוניברסיטת תל אביב (להלן: "המכרז"), מהווה חלק בלתי נפרד מהסכם זה;

ו ה ו א י ל והספק ענה להזמנת האוניברסיטה והגיש הצעה למכרז במסגרתה הצהיר והתחייב כי הוא בעל היכולת, המיומנות, כוח האדם, הציוד והמקצועיות לספק את שירותי הפרסום באינטרנט ובעיתונות הכתובה לאוניברסיטה ועל סמך הצעתו נבחר כמציע הזוכה בהחלטת ועדת המכרזים מיום _____ והצעתו מצורפת כנספח ב' להסכם זה (להלן: "ההצעה הזוכה");

ו ה ו א י ל ובהגשת הצעתו הביע הספק את הסכמתו לתנאיו של הסכם זה ואת התחייבותו לעמוד בתנאי ההסכם;

לפיכך הותנה, הוצהר והוסכם בין הצדדים כדלקמן:

1. כללי:

1.1. המבוא להסכם זה ונספחיו, על כל הצהרותיו, התחייבויותיו וקביעותיו, מהווה חלק בלתי נפרד מהסכם זה וייקרא עמו בד בבד.

1.2. המסמכים המצורפים להסכם זה וכן מסמך הפניה להציע הצעות; ההצעה הזוכה וכן מסמכי המכרז האחרים, על כל הכלול ואו האמור ואו המצוין ואו המסומן בהם, מהווים חלק בלתי נפרד מהסכם זה.

1.3. כותרות סעיפי הסכם זה נועדו לשם הנוחות בלבד ואין להתחשב בהן בפירוש ההסכם.

2. הגדרות ונספחים:

בהסכם זה תהיה למונחים הבאים המשמעות המופיעה לצדם:

"ההסכם"	הסכם זה על כל נספחיו והמסמכים המצורפים ואשר יצורפו אליו על פי הוראותיו בחתימת האוניברסיטה ובאישורה המוקדם.
"השירותים"	שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות הכתובה, אשר יסופקו בהתאם לנספח א' מפרט השירותים.
"הספק"	הספק אשר הגיש הצעה במכרז והצעתו התקבלה והוכרזה כזוכה על ידי ועדת המכרזים של האוניברסיטה.
"הנספחים"	הנספחים המצוינים במסמכי המכרז, ברשימת המסמכים להגשה ובהסכם זה.

3. תקופת ההתקשרות:

- 3.1. ההתקשרות עם הספק תהיה למשך שניים עשר (12) חודשים ממועד חתימת האוניברסיטה על הסכם ההתקשרות (להלן: "תקופת ההתקשרות").
- 3.2. לאוניברסיטה בלבד תישמר הזכות הבלעדית להאריך את ההתקשרות בעוד שש (6) תקופות נוספות בנות שנים עשר (12) חודשים כל אחת (להלן "תקופת ההתקשרות המוארכת") והכל בהתאם למפורט בהסכם זה.
- 3.3. תקופת ההתקשרות (לרבות תקופת ההתקשרות המוארכת) לא תעלה על שמונים וארבעה (84) חודשים לכל היותר. בתקופת ההתקשרות המוארכת יחולו ויחייבו תנאי הסכם זה.
- 3.4. חרף האמור בסעיף 3.1 לעיל, שמורה לאוניברסיטה הזכות הבלעדית לסיים את תקופת ההתקשרות ותקופת ההתקשרות המוארכת עם הספק, לפי שיקול דעתה הבלעדי, בהודעה מראש ובכתב של שלושים (30) יום לספק, וזאת מבלי שתחול עליה חובה לנמק את החלטתה.
- 3.5. בכל מקרה בו ניתנה הודעה על סיום מוקדם של ההסכם, מתחייב הספק להשלים את ביצוע השירותים, כפי שיקבע נציג מטעם האוניברסיטה, והספק יהיה זכאי לתשלום התמורה, כמפורט להלן, עבור שירותים שסיפק בפועל, בהתאם להוראות האוניברסיטה עד למועד הסיום המוקדם, ולא יהיה זכאי לסעדים אחרים כלשהם.

4. השירותים:

- 4.1. הספק יספק לאוניברסיטה את השירותים בהתאם לכל תנאי השירות המפורטים בנספח א' – מפרט שירותים, נספח א' 1 – אמנת השירות המהווים חלק בלתי נפרד מתנאי הסכם זה, ובהתאם לאמור בהסכם זה, על פי דרישתה.
- 4.2. הספק יספק לאוניברסיטה שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ושירותי פרסום בעיתונות הכתובה בהתאם למפרט השירותים ולהוראות נציג האוניברסיטה, כפי שיינתנו לו מעת לעת, ויעשה זאת במקצועיות, במיומנות ולשביעות רצון האוניברסיטה.
- 4.3. מובהר בזאת, כי מתן השירותים יחייב עבודה של הספק ישירות מול מספר יחידות באוניברסיטה, בו זמנית.
- 4.4. האוניברסיטה רשאית במשך כל תקופת ההתקשרות ותקופת ההתקשרות המוארכת, לצמצם ו/או להרחיב את היקף השירותים אשר יבוצעו ע"י הספק, לפי שיקול דעתה הבלעדי.

- 4.5. הספק מצהיר, כי ידוע לה כי ההתקשרות בין הצדדים הינה התקשרות מסגרת וכי אין בהוראות ההסכם בכדי לחייב את האוניברסיטה להוציא לספק שירותים בהיקף כלשהו.
- 4.6. האוניברסיטה תשלם לספק את התמורה בגין הזמנות עבודה שהוצאו לספק בכתב, בהתאם לביצוע בפועל של השירותים.
- 4.7. למען הסר ספק, אין בכל האמור בהסכם זה בכדי להעניק לספק בלעדיות בביצוע השירותים נשוא ההסכם וכי לאוניברסיטה שמורה האפשרות, לפי שיקול דעתה הבלעדי והמוחלט, למסור את השירותים נשוא ההסכם זה או שירותים דומים לצדדים שלישיים ו/או לבצעם בעצמה.

5. הצהרות הספק:

הספק מצהיר בזאת כי:

- 5.1. יספק את השירותים נשוא המכרז לשביעות רצונה של האוניברסיטה, בהתאם למפורט במסמכי ההתקשרות, בהתאם להצעתו והפירוט הנלווה, וכן כי ידוע לו כי אספקת שירותים כנדרש דורשת רמה גבוהה של מומחיות ומקצועיות, והינו אחראי באופן בלעדי לאופן אספקת השירותים כנדרש, תוך עמידה באמנת השירות.
- 5.2. קיבל הסבר מפורט לגבי דרישות האוניברסיטה, אשר לשם עמידה בהן נשכרו שירותיו, והוא מסוגל ומתכוון לקיימן.
- 5.3. הוא והצוות מטעמו בעלי ניסיון באספקת השירותים וביכולתם לספק את השירותים כנדרש ולמלא אחר התחייבויותיו בהסכם זה.
- 5.4. הוא קרא את כל תנאי ודרישות ההתקשרות, הבין אותם, והוא מתחייב לספקם בהתאם לתנאים ולדרישות המפורטים במסמכי ההתקשרות ובמפרט השירותים, בדייקנות, ביעילות, במומחיות ובמיומנות, לשביעות רצון האוניברסיטה ובמועדים הנדרשים מהאוניברסיטה, והכל בכפוף להוראות ההסכם זה.
- 5.5. כל הפרטים שמסר לאוניברסיטה בהצעתו, ובכלל זה מקצועיותו, מיומנותו, המידע אשר ברשותו, ויכולתו לבצע את השירותים, הינם מלאים ונכונים.
- 5.6. עומדים לרשותו, בכל עת, כל הציוד והאמצעים הדרושים לצורך אספקת השירותים בהתאם להסכם זה.
- 5.7. ישתף פעולה עם האוניברסיטה, בכל הקשור למילוי התחייבויותיו עפ"י הוראות ההסכם זה, ויעמוד לרשות האוניברסיטה באופן שוטף וברמת זמינות גבוהה, וזאת בהתאם לצרכי האוניברסיטה, ככל שיידרש, מאת האוניברסיטה או מי מטעמה.
- 5.8. יודיע לאוניברסיטה בכתב, מיד בעל-פה ובפקסימיליה, ולכל המאוחר תוך 48 שעות, על כל שינוי במעמדו החוקי ו/או על כל מקרה בו אין באפשרותו לספק את השירותים ו/או על כל אפשרות מסתברת כי לא יוכל לעמוד בהתחייבויותיו שעפ"י ההסכם זה, כולן או מקצתן, מכל סיבה שהיא ו/או על כל עניין אחר שיש בו כדי להשפיע על קיום התחייבויותיו.
- 5.9. הוא משלם לעובדיו שכר שאינו נמוך משכר המינימום ומקיים את כל הוראות ההסכם קיבוצי או צו הרחבה שחל עליו כמעסיק ועל עובדיו.
- 5.10. הספק מצהיר ומאשר, כי ברור לו שמתן השירותים יחייב אותו לעבוד בו זמנית מול מספר יחידות באוניברסיטה. הספק מצהיר ומתחייב בזה, כי לרשותו כוח האדם, היכולות המקצועיות והמיומנות הנדרשת לעבוד בו-זמנית מול מספר יחידות/גורמים על מספר עבודות פרסום שונות ("קמפיינים"). הספק מתחייב בזה לספק לאוניברסיטה, על יחידותיה השונות, שירות יעיל, מהיר וברמה הגבוהה הנדרשת, לשביעות רצונה המלאה של האוניברסיטה, בכלל ובזמנים בהם תידרש עבודה מול מספר יחידות באוניברסיטה – בפרט.

6. סודיות:

- 6.1. הספק מצהיר, כי ידוע לו, שכל מידע שיתקבל אצלו ואצל הצוות העובד מטעמו במסגרת ההתקשרות על פי ההסכם זה, הינו בגדר סודות מקצועיים השייכים לאוניברסיטה.

- 6.2. הספק מתחייב לשמור את המידע ו/או הסודות המקצועיים בסודיות מוחלטת ולא לעשות בהם כל שימוש. למען הסר ספק, ומבלי לפגוע בכלליות האמור לעיל, הספק מתחייב לא לפרסם, להעביר, להודיע, למסור או להביא לידיעת כל אדם את המידע ו/או הסודות המקצועיים.
- 6.3. הספק לא יעביר לכל גורם אחר שבו או עמו הוא קשור שלא לצורך מתן השירותים, כל מידע שהוא הנוגע לשירותים, במהלך תקופת ההתקשרות, תקופת ההתקשרות המוארכת ולאחריה, אלא אם כן ניתן לכך אישורה המוקדם של האוניברסיטה בכתב ובתנאים שייקבעו.
- הספק מתחייב לדאוג לכך שעובדיו אשר ייטלו חלק בקיום חיוביו על פי הסכם זה, יתחייבו בפניו לשמירת סודיות בנוסח הנספח המצורף להסכם זה.
- 6.4. הוראות סעיף זה לא יחולו על מידע שהינו כדלקמן:
- 6.4.1. ידוע לספק באופן עצמאי שלא באמצעות פעולה בלתי חוקית שביצע;
- 6.4.2. נחשף בעקבות דרישה חוקית של רשות עפ"י הדין או שהגילוי מתחייב עפ"י חוק.
- 6.5. סעיף זה הינו סעיף שהפרתו מהווה הפרה יסודית של ההסכם.

7. ניגוד עניינים:

- 7.1. הספק ו/או מי מטעמו מתחייבים בזאת, בחתימת ההסכם, כי אין בביצוע ההתקשרות על פי הסכם זה משום ניגוד עניינים מכל מין וסוג שהוא שלו ו/או קשרים אחרים עם גורמים בקשר למתן השירות ו/או של מי מטעמם.
- 7.2. מבלי לגרוע מכלליות האמור, הספק מתחייב לעמוד בכל תקופת ההתקשרות בתנאי ההכרחי שנקבע במסמכי המכרז לאמור:
- הספק מתחייב לא לספק במהלך תקופת ההתקשרות ובתקופת ההתקשרות המוארכת (אם תהיה כזו), שירותי פרסום הדומים לשירותים נשוא הסכם זה, למוסדות להשכלה גבוהה אחרים שהינם:
- א. אוניברסיטאות
- או
- ב. מכללה העונה לשלושת התנאים המפורטים להלן במצטבר:
1. פועלת בגוש דן.
2. בשנת תש"ף למדו במכללה 3,000 תלמידים או יותר.
3. המכללה מעניקה לבוגריה תואר ראשון ו/או שני באחד או יותר מהתחומים הבאים: ניהול ו/או מינהל עסקים, מדעי המחשב, פסיכולוגיה ו/או התנהגות ארגונית, וכלכלה.
- 7.3. הספק מתחייב להודיע באופן מיידי ובכתב לאיש הקשר מטעם האוניברסיטה, אם בכוונתו לספק שירותי פרסום למוסד להשכלה גבוהה ו/או מכללה העונים על התנאים האמורים בסעיף 7.2 לעיל. לאוניברסיטה הזכות לבטל באופן מיידי את ההסכם במקרה בו יידע לה כי הספק מספק שירותי פרסום לאחד ו/או יותר הגופים העומדים בתנאי מתנאי בסעיף 7.2 לעיל. ביטול במקרה זה ייחשב כביטול לאחר הפרה יסודית של הספק, על כל המשתמע מכך לענין חיובן בפיצויים וחילוט הערבות המופקדת בידי האוניברסיטה.
- 7.4. עוד מובהר ומוסכם בין הצדדים, כי האוניברסיטה רשאית, הן בתקופת ההתקשרות הראשונה והן בתקופות ההתקשרות המוארכות, להרחיב את רשימת הגופים המתחרים והכל בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי והמוחלט. במקרה כזה, תברר האוניברסיטה עם הספק, האם היא היא מספק שירותי פרסום לאחד הגופים המתחרים הנוספים. במקרה בו יתברר כי הספק מספק שירותי פרסום לגוף מתחרה, תהא רשאית האוניברסיטה להביא הסכם זה לידי סיום בהודעה בכתב 30 יום מראש. במקרה זה תשולם לספק התמורה בעד שירותים שבוצעו עד מועד סיום ההתקשרות בפועל והספק לא יהא זכאי לכל סעד ו/או פיצוי.
- האוניברסיטה מתחייבת להודיע לספק בכתב על החלטה לפיה גוף נוסף מהווה מתחרה בה לצורך קיום תנאי הסכם זה.

- 7.5. סעיף זה הינו סעיף יסודי והפרתו תיחשב כהפרה יסודית של ההסכם, המזכה את האוניברסיטה בפיצוי מוסכם כגובה הערבות המופקדת בידיה לקיום התחייבויות הספק.
- 7.6. סעיף זה הינו סעיף שהפרתו מהווה הפרה יסודית של ההסכם.

8. איש קשר מטעם האוניברסיטה:

- 8.1. מר אלון וינפרס ישמש כנציג האוניברסיטה לביצוע השירותים (להלן: "איש הקשר"). בנוסף, תמנה כל יחידה אשר תעבוד עם הספק נציג מטעמה לעבודה מול הספק. הספק ידרש לעבוד בו זמנית מול מספר נציגים מטעם האוניברסיטה ובפיקוח איש הקשר ו/או מי מטעמו ומטעם האגף לתכנון אסטרטגי ולשיווק.
- 8.2. הספק ימנה איש קשר אחראי מטעמו, לאחר שזהותו תאושר ע"י האוניברסיטה. הספק יהא רשאי להחליפו אך ורק אם יקבל אישור לכך מהאוניברסיטה.
- 8.3. האוניברסיטה תהא רשאית להורות לספק להחליף את איש הקשר או כל אחד מהכפופים לו עפ"י שיקול דעתה המוחלט, והספק יענה לדרישותיה כאמור.
- 8.4. הספק מתחייב לפעול בביצוע השירותים בהתאם להסכם זה, תוך שיתוף פעולה עם איש הקשר ולקבל את הנחיותיו, וזאת מבלי לגרוע מאחריות הספק ומחובותיו עפ"י הסכם זה, או עפ"י כל דין.
- 8.5. אופן ביצוע השירותים ופרישתם באמצעי התקשורת השונים טעון אישור מראש ובכתב של האוניברסיטה.

9. התמורה:

- 9.1. בכפוף למילוי כלל התחייבויות הספק לפי הסכם זה, במלואן ובמועדן, תשלם האוניברסיטה לספק תמורה בהתאם לביצוע השירותים על ידו בפועל, ובהתאם למחירים שפורטו בהצעת הספק המצורפת **כנספה ב'**, בתוספת מע"מ. מובהר, כי התמורה בהסכם זה על נספחיו מוסכמת, קבועה ואינה ניתנת לשינוי, אלא אם נאמר במפורש אחרת.
- 9.2. יובהר להלן, כי למעט תשלום התמורה, לא יהיה זכאי הספק לכל תשלום, או הטבה אחרת בגין מתן השירותים, לרבות תשלומים בגין הוצאות טלפון, דואר, צילומים, הדפסות, פקס, נסיעות, אש"ל וכיוצא באלה.
- 9.3. בתום כל חודש קלנדארי יגיש הספק לאוניברסיטה חשבון. התמורה המגיעה לספק תשולם תוך שוטף + 30 יום מיום קבלת החשבון ע"י האוניברסיטה ובתנאי שנתקיימו התנאים המצטברים הבאים:
- 9.3.1. החשבון אושר ע"י איש הקשר מטעם האוניברסיטה כאמור בסעיף 8 לעיל, כי השירותים בוצעו לשביעות רצון האוניברסיטה.
- 9.3.2. הספק הגיש חשבונית מס בסופו של כל חודש בו ניתנו השירותים.
- יובהר ויודגש כי תשלום חשבון ו/או חלקי חשבונית לא מאושרים יעוכב ללא חבות עד לבירור הסופי ואישורם ע"י האוניברסיטה.
- 9.4. סכום התמורה הנ"ל הוא סופי, מרבי וכולל את כל העלויות הכרוכות בהתחייבויות הספק עפ"י הסכם זה ו/או הנובעות ממנו, לרבות התחייבויות נובעות שאינן ידועות לספק במועד חתימת ההסכם, כל משימה או שירות שביצועם נדרש, וכן השקעות שביצע או שיבצע הספק בקשר עם מתן השירותים וכל הוצאה אחרת.
- הספק לא יתבע ולא יהיה רשאי לתבוע מהאוניברסיטה העלאות או שינויים בתמורה, בהתאם לתנאי הסכם זה וכאמור להלן, בין מחמת עלויות שכר עבודה, הטלתם או העלאתם של מסים, היטלים או תשלומי חובה אחרים מכל מין וסוג, בין ישירים או עקיפים או מחמת כל גורם אחר.

- 9.5. הספק לא יהא זכאי לדרוש כל תמורה נוספת אף לא בגין כל שינוי הכרוך בחובות החלות עליו כמעסיק ובכלל זה חופשה, ביטוח לאומי, קרן פיצויים, מחלה, הבראה, מילואים, דמי נסיעה וכיוצא באלה הוצאות אשר ישולמו על ידו בלבד.
- 9.6. במהלך תקופת ההתקשרות ותקופת ההתקשרות המוארכת, לא תהא התמורה צמודה בשום צורה ואופן.

10. יחסי הצדדים:

- 10.1. הצדדים מסכימים כי במתן השירותים לאוניברסיטה, הספק הוא קבלן עצמאי, וכי הוא מבצע את חיוביו עפ"י הסכם זה כקבלן עצמאי, וכי לא קיימים יחסי עובד מעסיק בינו, או בין מי המועסק מטעמו, בביצוע הסכם זה לבין האוניברסיטה.
- 10.2. הספק מצהיר בזאת, כי הודיע והבהיר לכל מי מהמועסקים על ידו בביצוע הסכם זה, כי בינם לבין האוניברסיטה לא יתקיימו כל יחסי עובד מעסיק.
- 10.3. הספק מצהיר כי יישא בכל התשלומים, ההוצאות והמסים, בקשר עם העסקתם של עובדיו ו/או מי מטעמו, לרבות שכר עבודה, מס הכנסה, ביטוח לאומי, מס בריאות וכל מס ו/או היטל ו/או מלווה ו/או כל תשלום סוציאלי אחר, כתוקפם מעת לעת, ולא תהיינה לספק ו/או לעובדים מטעמו ו/או לכל מי מטעמו, כל זכויות של עובד המועסק ע"י האוניברסיטה והם לא יהיו זכאים לכל תשלומים, פיצויי, או הטבות או זכויות של עובד כלפי מעסיקו מטעם האוניברסיטה.
- 10.4. חויבה האוניברסיטה לשלם סכום כלשהו מהסכומים האמורים לעיל בגין מי מהמועסקים ע"י הספק בביצוע הסכם זה, ישפה הספק את האוניברסיטה, עם קבלת דרישה ראשונה, בגין כל סכום שחויבה לשלם, כאמור, לכל אדם ו/או גוף, לרבות כל ההוצאות המשפטיות הקשורות בכך.

11. אחריות לנזקים ושיפוי:

- 11.1. הספק יישא באחריות לכל נזק ישיר ו/או עקיף שייגרם לאוניברסיטה או לצד שלישי כלשהו עקב מעשה או מחדל של הספק או של מי מעובדיו, שלוחיו, מועסקיו או מי מטעמו, במסגרת פעולתם עפ"י הסכם זה.
- 11.2. הספק מתחייב לשפות את האוניברסיטה בגין כל תשלום, פיצוי, ריביות, שכר טרחת עורכי דין ומומחים וכל הוצאה אחרת ששולמו בעקבות פסק דין בקשר עם תביעה שהוגשה נגד האוניברסיטה, עובדיה, שלוחיה, מועסקיה או מי מטעמה, ואשר האחריות לגביה חלה על הספק עפ"י האמור בסעיף קטן 12.1 לעיל.

12. ביטוח:

- 12.1. מבלי לגרוע מאחריות החברה עפ"י הסכם זה ו/או עפ"י כל דין, מתחייבת החברה לערוך ולקיים, על חשבונה, לטובתה ולטובת האוניברסיטה למשך כל תקופת ההסכם וכל עוד אחריותה מכוחו קיימת, את הביטוחים בהתאם לתנאים ולסכומים כמפורט באישור עריכת הביטוח המצורף למכרז **כנספח ט'**, והמהווה חלק בלתי נפרד ממנו (להלן: "**ביטוחי החברה**" ו/או "**אישור עריכת הביטוח**"), לפי העניין) עם גבולות גיאוגרפיים וסמכות שיפוט בכל העולם, אצל חברת ביטוח מורשית כדין בישראל ובעלת מוניטין.
- 12.2. למרות האמור לעיל, מוסכם כי החברה רשאית שלא לערוך ביטוח רכוש כמפורט באישור עריכת הביטוח, במלואו או בחלקו ואולם האמור בסעיף 12.10 להלן יחול לגבי כל אובדן ו/או נזק לרכוש כאילו נערך הביטוח בשלמותו.
- 12.3. כן מתחייבת החברה לערוך ולקיים על חשבונה, למשך כל תקופת ההתקשרות, את שאר הביטוחים וההתחייבויות הדרושים ו/או הנדרשים לשם מתן השירותים לרבות, ומבלי לגרוע מכלליות האמור, תשלומים לביטוח לאומי וביטוח חובה לכל כלי הרכב המובאים לחצרי האוניברסיטה ו/או משמשים לצורך מתן השירותים. כן מתחייבת החברה לערוך ביטוח אחריות כלפי צד שלישי רכוש לכל כלי רכב כאמור.

- 12.4. כל ביטוחי החברה יהיו ראשוניים וקודמים לביטוחי האוניברסיטה ויכללו סעיף לפיו מוותרים המבטחים על כל טענה ו/או דרישה בדבר שיתוף ביטוחי האוניברסיטה.
- 12.5. כל חריג אם קיים בביטוח החברה לעניין רשלנות רבתי, יבוטל. זאת מבלי לגרוע מחובת הזהירות של החברה ו/או מזכויות המבטח על פי הפוליסה ו/או על פי דין.
- 12.6. מובהר כי גבולות האחריות הנדרשים במסגרת ביטוחי החברה כמפורט באישור עריכת הביטוח הינם בבחינת דרישה מזערית המוטלת על החברה. החברה מצהירה ומאשרת כי תהיה מנועה מלהעלות כל טענה כלפי האוניברסיטה ו/או מי מטעמה בכל הקשור לגבולות האחריות כאמור.
- 12.7. ללא צורך בכל דרישה מצד האוניברסיטה, מתחייבת החברה להמציא לידי האוניברסיטה, לפני תחילת מתן השירותים נשוא הסכם זה וכתנאי מוקדם להתקשרות ו/או לכל תשלום על חשבון התמורה, את אישור עריכת הביטוח, כשהוא חתום בידי מבטחיה.
- 12.8. לא יאוחר ממועד תום תקופת הביטוח, מתחייבת החברה להמציא לידי האוניברסיטה אישור עריכת ביטוח מעודכן בגין חידוש תוקף ביטוחי החברה לתקופת ביטוח נוספת, ומידי תקופת ביטוח, כל עוד הסכם זה בתוקף.
- 12.9. מבלי לגרוע מהאמור לעיל, ובכל הנוגע לביטוח אחריות מקצועית כאמור באישור עריכת הביטוח, מתחייבת החברה להמשיך ולהחזיק ביטוח זה בתוקף ולהציג בפני האוניברסיטה אישור עריכת ביטוח בגינו, במועדים כאמור ולמשך שבע שנים נוספות לפחות ממועד תום מתן השירותים עפ"י ההסכם.
- 12.10. החברה פוטר את האוניברסיטה ו/או מי מטעמה לרבות במפורש אנשי הסגל ו/או הסטודנטים, מאחריות לכל אובדן ו/או נזק לרכוש המובא על ידה ו/או מי מטעמה לחצרי האוניברסיטה ו/או המשמש לצורך מתן השירותים. האמור לעיל בדבר פטור מאחריות לא יחול לטובת אדם שגרם לנזק בזדון.
- 12.11. החברה מצהירה כי לא תהיה לה כל טענה ו/או דרישה ו/או תביעה כנגד האוניברסיטה ו/או חברות בנות ו/או חברות קשורות ו/או מי מטעמם בגין נזק שהיא זכאית לשיפוי בגינו (או היתה זכאית לשיפוי בגינו אלמלא ההשתתפות העצמית הנקובה בפוליסה ו/או תנאי ביטוח חסר ו/או הפרת תנאי הפוליסה) ובלבד שהאמור לעיל בדבר פטור מאחריות לא יחול לטובת אדם שגרם לנזק בזדון.
- 12.12. אם לדעת החברה יש צורך בעריכת ביטוחים נוספים ו/או משלימים לביטוחי החברה המפורטים בהסכם זה, מתחייבת החברה לערוך ולקיים את הביטוחים הנוספים ו/או המשלימים כאמור. בכל ביטוח רכוש נוסף ו/או משלים לביטוחי האוניברסיטה ייכלל סעיף בדבר ויתור המבטחים על זכות התחלוף כלפי האוניברסיטה ו/או מי מטעמה לרבות במפורש אנשי הסגל ו/או הסטודנטים (ובלבד שהויתור על זכות התחלוף כאמור לא יחול לטובת אדם שגרם לנזק בזדון).
- 12.13. מבלי לגרוע מכל הוראה מהוראות הסכם זה לעניין הסבת ההסכם, ובמקרה בו השירותים נשוא הסכם זה ו/או חלק מהם יינתנו ע"י קבלן משנה מטעם החברה, מתחייבת החברה לדאוג כי בידי קבלן המשנה פוליסות ביטוח בהתאם לתנאים ולסכומים הנדרשים עפ"י הסכם זה. למען הסר ספק מובהר בזאת כי החברה היא הנושאת באחריות כלפי האוניברסיטה ביחס לשירותים במלואם לרבות שירותים שניתנו ו/או אמורים היו להינתן ע"י קבלן משנה והיא תהיה אחראית לשפות ו/או לפצות את האוניברסיטה בגין כל אובדן ו/או נזק שייגרם, במישרין או בעקיפין, עקב שירותים שניתנו ו/או אמורים היו להינתן ע"י קבלן המשנה, אם ייגרם, בין אם אובדן ו/או נזק כאמור מכוסה במי מהפוליסות דלעיל ובין אם לאו.
- 12.14. החברה מתחייבת לקיים בקפדנות את כל תנאי הביטוחים ולשלם במלואם ובמועדם את דמי הביטוח ולא לעשות כל מעשה שיש בו כדי להשפיע לרעה על תוקף הביטוחים. עוד מתחייבת החברה לשתף פעולה עם האוניברסיטה, ככל שיידרש, לשם שמירה ומימוש של זכויות האוניברסיטה עפ"י ביטוחי החברה ובכלל זה להודיע למבטח מיד עם היוודע אירוע העשוי לשמש בסיס לתביעה עפ"י הביטוחים.
- 12.15. הפרת סעיף זה על כל תנאיו תיחשב להפרה יסודית של ההסכם על כל המשתמע מכך.

13. ערבות בנקאית לביצוע ההסכם

13.1. להבטחת מילוי התחייבויותיו של הספק לפי הסכם זה, וכתנאי לביצוע תשלום כלשהו ע"י האוניברסיטה, ימציא הספק לאוניברסיטה, עם מועד חתימת הסכם זה, ערבות בנקאית או ערבות מחברת ביטוח ישראלית שברשותה רישיון לעסוק בביטוח עפ"י חוק הפיקוח על עסקי הביטוח, התשמ"א – 1981, על סך 50,000 ₪ (חמישים אלף ₪). הערבות תהיה אוטונומית, בלתי תלויה ובלתי מותנית, לפקודת "אוניברסיטת תל אביב", ותהיה בתוקף למשך כל תקופת ההסכם בתוספת 90 יום ממועד תום תקופת ההסכם.

הערבות תהא צמודה למדד המחירים לצרכן, כשהחודש הקובע לחישוב ההצמדה יהא החודש הקודם לחתימת ההסכם.

לסכום הערבות יתווספו הפרשי הצמדה כיחס שבין המדד הידוע ביום התשלום בפועל לבין מדד הבסיס.

13.2. הספק מתחייב להאריך את תוקף הערבות במקרה בו האוניברסיטה תממש את זכות הברירה הנתונה לה ותאריך את תקופת ההתקשרות, עד לסיום תקופת ההתקשרות המוארכת בתוספת 90 יום ממועד תום תקופת ההסכם.

13.3. האוניברסיטה תהיה רשאית לחלט את הערבות כולה או חלקה אם הספק לא ימלא את חובותיו, כולן או מקצתן, עפ"י הסכם זה ו/או עפ"י תנאי המכרז ו/או עפ"י הצעת הספק לאוניברסיטה ו/או עפ"י אמנת השירות נספח א' 1 ו/או לצורך גביית תשלום פיצויים מוסכמים ו/או לצורך גביית פיצויים אחרים אשר יגיעו לאוניברסיטה עקב הפרת הסכם זה, וזאת לאחר מתן התראה בכתב של 7 ימים בטרם תממש האוניברסיטה את זכותה לפי סעיף זה.

13.4. חילטה האוניברסיטה את סכום הערבות, כולו או מקצתו, ימציא הספק לידי האוניברסיטה ערבות חדשה בהתאם לתנאים האמורים בסעיף 14.1 לעיל ו/או ישלים את הערבות לסכום הנקוב בסעיף 14.1 לעיל, בתוך 14 יום מן המועד בו האוניברסיטה חילטה את הערבות, כולה או מקצתה.

13.5. מובהר בזאת, כי חילוט הערבות לא ייחשב כתשלום פיצויים סופיים מאת הספק לאוניברסיטה, וכי האוניברסיטה תהיה זכאית לקבל מן הספק את ההפרש בין הסכום שנגבה עקב חילוט הערבות לבין סכום הנזק שנגרם בפועל.

13.6. האמור בסעיף זה לא יפגע בכל זכות שישנה בידי האוניברסיטה לפי ההסכם או עפ"י כל דין.

13.7. המצאת הערבות לקיום הסכם זה וכינונה לאחר החילוט הינן תנאי יסודי בהסכם והפרתו מהווה הפרה יסודית של ההסכם ועילה לביטולו.

14. זכויות יוצרים וזכויות צדדים שלישיים

14.1. כל תפוקת עבודה, יצירה מקורית וזכות יוצרים הנובעת מן ו/או עקב השירותים יהיו בבעלותה הבלעדית של האוניברסיטה והיא בלבד תהיה רשאית לעשות בה שימוש ו/או להעבירה לאחרים לכל מטרה שתראה לה, ולספק לא תהא כל זכות לגביהם.

14.2. האוניברסיטה תהא בעלת זכויות היוצרים היחידה ובעלת מלוא הזכויות האחרות מכל סוג שהוא, בין זכויות רוחניות ובין רישיונות שימוש, מדגמים, סימן רשום, פטנט וכיוצ"ב המוקנים עפ"י דין בכל היצירות, הפרסומות, הרעיונות, שיטות השיווק, התהליכים, חומרי הפרסום וכיוצ"ב, אשר נוצרו או נרכשו לצורך אספקת שירותי הפרסום עפ"י הסכם זה, בין ע"י החברה ובין ע"י צדדים שלישיים (להלן: "מלוא הזכויות"), לרבות אך מבלי לפגוע בכלליות האמור; היצירות המפורטות כדלקמן – טקסט או טקסט אומנותי, עיצוב, גרפיקה ודברי אומנות אחרים, "באנרים", סרטונים, תשדירים, לחנים, הקלטות, ג'ינגלים, מאמרים, סיסמאות, לתצוגות, חומרי פרסום, מוצרי תדמית ותצלומים שנעשו או יוצרו בהתאם להסכם זה – אם השתמשו בהם ואם לאו.

14.3. הספק, בהזמנו שרותי פרסום מצינורות פרסום או מיוצרים בהתאם להסכם זה, יעמיד תנאי ושיג אישור בכתב ומראש מכל הנוגעים בדבר, שהם מעבירים לרשות האוניברסיטה את מלוא הזכויות באופן בלעדי, ללא כל הגבלה כאמור לעיל, לרבות שחרור מתשלום תמלוגים כלשהם ולרבות הזכות להעביר את נשוא הזכות לצד ג' או לעשות שימוש כלשהו בזכות, מסחרי או אחר. לחילופין, יציג הספק הסכם המגדיר זכויות אלה לאישורה המוקדם של האוניברסיטה.

- 14.4. מוסכם במפורש, כי לאוניברסיטה זכות מוחלטת לייצר, לשדר, להקרין, להפיץ, לתרגם, להכניס כל שינוי או תיקון, צמצום או הרחבה כפי שנראה לו, בכל יצירה, רעיון, תהליך וחומר פרסומי שנרכשו על ידה.
- 14.5. מוסכם במפורש, שהאוניברסיטה תהיה משוחררת מכל אחריות לגבי כל תביעה לזכות כלשהי, לרבות זכות יוצרים או זכות מבצעים והספק יהא האחראי היחיד לגבי כל תביעה שבאה כתוצאה מאי הבטחת זכויות האוניברסיטה כאמור בהסכם זה. הספק ישפה ויפצה את האוניברסיטה בגין כל סכום שתחויב בו, כולל הוצאותיה המשפטיות של האוניברסיטה, אם תחויב כאמור, כתוצאה מאי קיום הוראות סעיפים אלה ע"י הספק.
- 14.6. הספק יוודא ויבטיח מראש כי במסגרת שרותי הפרסום שישפק לאוניברסיטה, לא ייכלל כל פרסום אשר יש בו משום חשש להוצאת לשון הרע על צד שלישי או חשש לפגיעה בזכות הפרטיות, וידאג להביא לידיעת האוניברסיטה מראש כל חשש, לצורך קבלת אישורה המוקדם.
- 14.7. הספק יוודא ויבטיח כי כל פרסום שיעשה במסגרת שרותי הפרסום שישפק לאוניברסיטה, ייעשה בטוב טעם אשר אין בו כדי לפגוע בקבוצה כלשהי באוכלוסייה, ובמקרה שקיים חשש לפגיעה כאמור, ידאג להדגיש החשש בפני האוניברסיטה, בטרם קבלת אישורה לפרסום.

15. אי עמידה ביעדים ופיצוי מוסכם

- 15.1. אם לא ישלים הספק את ביצוע איזה מהשירותים נשוא הסכם זה, במועד כפי שהתחייב, תהא האוניברסיטה רשאית, אך לא מחויבת, להשלים שירות כאמור בעצמה ו/או ע"י אחרים, ולקזז מכל סכום שיגיע ממנה לספק כל הוצאה שתהא לה בנדון.
- 15.2. במקרה של אי עמידה ביעדים שיווקיים כפי שיוסוכמו בין האוניברסיטה לספק, תהא האוניברסיטה רשאית לפנות לצד שלישי לצורך קבלת השירותים האמורים בהסכם זה.
- 15.3. במקרה של איחור במתן השירותים או תקלה טכנית בפרסום העלולה לגרום נזק לאוניברסיטה, שנגרמה בשל מעשיו ו/או מחדליו של הספק, תהא רשאית האוניברסיטה לחייב את הספק בתשלום פיצוי קבוע ומוערך מראש בסך של 50,000 ש"ח. האמור בסעיף זה אינו בא לפגוע בזכותה של האוניברסיטה לתבוע כל סעד אחד שהיא זכאית לו עפ"י הוראות כל דין.

16. קיזוז ועיכבון:

- 16.1. האוניברסיטה תהיה רשאית לקזז ו/או לעכב אצלה תשלומים המגיעים ממנה לספק, או כל סכום מהם כנגד סכומים אשר מגיעים לספק מהאוניברסיטה.
- 16.2. בטרם תעשה האוניברסיטה שימוש בזכותה לקיזוז לפי סעיף זה, תיתן לספק התראה של 7 ימים בכתב, בדבר כוונתה לערוך קיזוז כאמור.
- 16.3. בכל מקרה של גרימת נזק לאוניברסיטה על ידי הספק ו/או מי מעובדיו, בין במישרין ובין בעקיפין, תהיה לאוניברסיטה זכות לעכב ו/או לקזז מתוך הכספים שיגיעו לספק את כל הסכומים שהאוניברסיטה עלולה לשאת בהם במקרה כזה, לפי שיקול דעתה של האוניברסיטה.

17. המחאת זכויות וחובות:

מוצהר ומוסכם בזאת, כי חל איסור מוחלט על הספק להמחות ו/או להסב ו/או להעביר זכות ו/או חובה מזכויותיו ו/או חובותיו (לפי העניין) עפ"י הסכם, ללא אישור מראש ובכתב של האוניברסיטה. אישרה האוניברסיטה המחאה או הסבה של זכויותיו או חובותיו של הספק למרות האמור לעיל, לא יהיה באישור האוניברסיטה כדי לשחרר את הספק מאחריותו כלפי האוניברסיטה ו/או צדדים שלישיים בדבר הוראות הסכם זה.

18. ויתור:

כל ויתור או ארכה או הנחה או הימנעות מדרישה/תביעה או שיהוי (להלן: "ויתור") מצידה של האוניברסיטה במימוש זכות מזכויותיה עפ"י הסכם זה לא יהא בר תוקף, אלא אם כן נעשה ונחתם בכתב כדין ע"י מורשי החתימה מטעם האוניברסיטה. ויתור כאמור לא ייחשב כויתור גורף על הפרות אחרות או על כל הפרה שלאחר מכן, של אותה זכות או זכויות אחרות.

19. ביטול עקב הפרה:

19.1. לא עמד הספק בהתחייבויותיו שעפ"י הסכם זה, מכל סיבה שהיא, בין אם התחיל במתן השירותים ובין אם טרם החל בכך, ולא תיקן את ההפרה תוך 7 ימים (שבעה) מקבלת התראה בכתב מאת האוניברסיטה, רשאית האוניברסיטה, לפי שיקול דעתה, לבטל את ההסכם עם הספק, וזאת מבלי לגרוע מזכותה לשיפוי הנאמר בהסכם זה או עפ"י כל דין.

יחד עם זאת, תינתן לספק התראה בכתב 2 ימים (יומיים) בטרם תממש האוניברסיטה את סמכותה לפי סעיף זה.

19.2. הפר הספק את ההסכם הפרה יסודית, תהיה האוניברסיטה רשאית לבטל את ההסכם, וזאת מבלי לגרוע מזכותה לשיפוי לפי הנאמר בהסכם זה או עפ"י כל דין.

19.3. האמור בסעיף זה נוסף על האמור באמנת השירות, נספח א'1 למסמכי המכרז, המהווה חלק בלתי נפרד מהסכם זה ואינו גורע מן האמור שם.

20. תרופות מצטברות:

20.1. תרופות, לרבות זכות הקיזוז והחילוט, וכל הפעולות שהורשתה האוניברסיטה בהסכם זה לעשות בתגובה להפרת ההסכם בידי הספק הן מצטברות, ואין בכל הוראה בהסכם זה כדי לשלול את זכותה של האוניברסיטה לכל סעד או תרופה בהתאם להסכם זה או לפי כל דין.

20.2. מבלי לגרוע מזכויות האוניברסיטה לפי הסכם זה או עפ"י כל דין, רשאית האוניברסיטה לקזז כל סכום שחייב לה הספק מכל סכום שהיא חייבת לשלם לספק עפ"י דין.

20.3. ויתרה האוניברסיטה על הפרת הוראה מהוראות הסכם זה, לא ייראה הויתור כויתור על כל הפרה אחרת של אותה הוראה או הוראה אחרת.

21. הפסקת ההתקשרות:

מבלי לפגוע בכלליות האמור לעיל, תהיה האוניברסיטה רשאית לבטל הסכם זה, בהתראה בכתב של שבעה (7) ימים מראש, בהתרחש כל אחד מהמקרים הבאים, וזאת בנוסף לתנאי אמנת השירות, נספח א'1:

21.1. אם ימונה כונס נכסים ו/או מפרק זמני או קבוע לעסקי ו/או לרכוש הספק, ויובהר במקרים המפורטים לעיל, על הספק להודיע מיידית לאוניברסיטה בדבר מינוי כאמור.

21.2. אם יינתן צו הקפאת הליכים לספק, ויובהר במקרה המפורט לעיל, על הספק להודיע מיידית לאוניברסיטה בדבר מתן צו כאמור.

21.3. אם הספק הפסיק לנהל את עסקיו לתקופה רצופה העולה על 30 יום, ויובהר במקרה המפורט לעיל, על הספק להודיע מיידית לאוניברסיטה בדבר הפסקה כאמור.

21.4. הספק חדל בפועל מלנהל עסקיו ו/או מלבצע את השירותים.

21.5. הוטל עיקול (או בוצעה כל פעולת הוצאה לפועל אחרת) על רוב נכסי הספק או על נכסים מהותיים של הספק ו/או נכסים הדרושים לספק לצורך ביצוע העבודות, ובלבד שהעיקול האמור לא הוסר תוך 14 (ארבעה עשר) ימים מיום הטלתו.

21.6. כשיש בידי האוניברסיטה הוכחות להנחת דעתה שהספק או אדם אחר בשמו או מטעמו קיבל, נתן או הציע לאדם אחר כלשהו שוחד, מתנה, טובת הנאה כלשהי בקשה להסכם.

22. סמכות שיפוטית:

הצדדים מסכימים, כי סמכות השיפוט הבלעדית בכל הקשור לנושאים ולעניינים הנובעים או הקשורים בחוזה זה תהא לבתי המשפט המוסמכים בתל-אביב.

23. כתובות הצדדים:

הודעה בדואר רשום עפ"י כתובות הצדדים המפורטות במבוא לחוזה זה תיחשב כאילו הגיעה לתעודתה תוך שלושה (3) ימים מהמועד בו נשלחה, ואם נמסרה ביד – בעת מסירתה. בנוסף ומבלי לגרוע מהאמור לעיל, ישלח כל צד למשנהו העתק מכל הודעה כאמור באמצעות מייל.

ולראיה באו הצדדים על החתום:

_____	_____
ה ס פ ק	ה א ו נ י ב ר ס י ט ה
_____ ע"י	_____ ע"י
_____ וע"י	_____ וע"י

אישור

אני הח"מ, עו"ד/רו"ח _____, מאשר בזאת כי הסכם זה על נספחיו, נחתם ע"י _____ וע"י _____ שהינם מורשים לחתום בשם _____ וכי חתימותיהם בצירוף חותמת החברה, מחייבים את התאגיד לצרכי התקשרותו שעפ"י הסכם זה.

תאריך _____ חתימה _____

**מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב**

נספח ט'

אישור עריכת ביטוח

תאריך הנפקת האישור (___/___/___)		אישור קיום ביטוחים	
אישור ביטוח זה מהווה אסמכתא לכך שלמבוטח ישנה פוליסת ביטוח בתוקף, בהתאם למידע המפורט בה. המידע המפורט באישור זה אינו כולל את כל תנאי הפוליסה וחריגיה. יחד עם זאת, במקרה של סתירה בין התנאים שמפורטים באישור זה לבין התנאים הקבועים בפוליסת הביטוח יגבר האמור בפוליסת הביטוח למעט במקרה שבו תנאי באישור זה מיטיב עם מבקש האישור.			
מבוקש האישור	המבוטח	אופי העסקה	מעמד מבקש האישור
שם: אוניברסיטת תל-אביב ו/או גופים אוניברסיטאיים קשורים	שם:	<input type="checkbox"/> נדל"ן <input checked="" type="checkbox"/> שירותים <input type="checkbox"/> אספקת מוצרים <input type="checkbox"/> אחר: _____	<input type="checkbox"/> משכיר <input type="checkbox"/> שוכר <input type="checkbox"/> זכיון <input type="checkbox"/> קבלני משנה <input checked="" type="checkbox"/> מזמין שירותים <input type="checkbox"/> מזמין מוצרים <input type="checkbox"/> אחר: _____
ת.ז./ח.פ.	ת.ז./ח.פ.		
מען: קרית האוניברסיטה, ת.ד. 39040 רמת-אביב, תל-אביב 6139001	מען:		

סוג הביטוח	מספר הפוליסה	נוסח ומהדורת הפוליסה	תאריך תחילה	תאריך סיום	גבול האחריות/ סכום ביטוח		כיסויים נוספים בתוקף
					מטבע	סכום	
חלוקה לפי גבולות אחריות או סכומי ביטוח							יש לציין קוד כיסוי
צד ג'					₪	4,000,000	307 קבלנים וקבלני משנה 309 ויתור על תחלוף לטובת מבקש האישור 315 כיסוי לתביעות המל"ל 321 מבוטח נוסף בגין מעשי ו/או מחדלי המבוטח – מבקש האישור 322 מבקש האישור מוגדר כצד ג' 302 אחריות צולבת 328 ראשוניות 329 רכוש מבקש האישור מוגדר כצד ג'
אחריות מעבידים					₪	20,000,000	319 מבוטח נוסף היה וייחשב כמעבידם של מי מעובדי המבוטח – מבקש האישור 309 ויתור על תחלוף לטובת מבקש האישור 328 ראשוניות
אחריות מקצועית					₪	4,000,000	301 אובדן מסמכים 302 אחריות צולבת 303 דיבה, השמצה והוצאת לשון הרע 309 ויתור על תחלוף

לטובת מבקש האישור 321 מבוטח נוסף בגין מעשי ו/או מחדלי המבוטח – מבקש האישור 322 מבקש האישור מוגדר כצד ג' 325 מרמה ואי יושר עובדים 326 פגיעה בפרטיות 327 עיכוב / שיהוי עקב מקרה ביטוח 328 ראשוניות 332 תקופת גילוי – 12 חודשים תאריך רטרואקטיבי: _____							
--	--	--	--	--	--	--	--

פירוט השירותים (בכפוף, לשירותים המפורטים בהסכם בין המבוטח למבקש האישור): 019, 020 - שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ועיתונות כתובה
--

ביטול/שינוי הפוליסה שינוי או ביטול של פוליסת ביטוח, למעט שינוי לטובת מבקש האישור, לא ייכנס לתוקף אלא 60 יום לאחר משלוח הודעה למבקש האישור בדבר השינוי או הביטול.
--

חתימת האישור המבטח:

מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב

נספח י'

התחייבות לשמירת סודיות

אנו הח"מ _____ מצהירים בזאת כי ידוע וברור לנו, כי מידע שיימסר לנו ו/או יגיע אלינו בין ע"י האוניברסיטה ובין בדרך אחרת, במהלך תקופת ההתקשרות עם האוניברסיטה לשם אספקת המוצרים ומתן השירותים כמפורט **במכרז פומבי מס' הס' 26/2020 למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה עבור אוניברסיטת תל אביב** ולאחריה, ככל שנבחר כמציע הזוכה במכרז, הוא סודי ואין לעשות בו שימוש פרט לשם אספקת המוצרים ולקבלת השירותים, ללא אישור בכתב ומראש של האוניברסיטה.

בכתב התחייבות זה ולעיל "מידע" משמעו – לרבות וללא הגבלה: כל מידע בקשר עם ומכל הנובע מההתקשרות עם האוניברסיטה, מידע בקשר לאוניברסיטה ו/או מוסדותיה ו/או חברה ו/או צד ג' הקשור אליה ו/או כל העובדים ובני משפחותיהם ו/או כל הנבחנים, מידע עסקי, מסחרי, טכנולוגי, תכנוני, רפואי, תפעולי ושיווקי, לרבות כל תכנית ומסמך עיוני, מדעי ו/או מעשי, בכתב, בעל פה, מצולם, בקבצי מחשב, ברשת האינטרנט העולמית, מוקלט, ניתן לקריאה ולפענוח בצורה גרפית ו/או בכל מדיום, פורמט ואופן אחר.

המידע לא יכלול מידע ספציפי המצוי בנחלת הכלל או שהגיע אל נחלת הכלל שלא ע"י הפרת התחייבויותינו בכתב התחייבות זה.

ככל שנבחר כמציע הזוכה במכרז, אנו מתחייבים בזאת מפורשות כמפורט להלן:

1. לשמור בסודיות מוחלטת על המידע ולא לגלותו לכל אדם ו/או לגוף כלשהו, זולת האנשים המורשים עפ"י כל דין, בין במישרין, בין בעקיפין ובין בכל דרך אחרת, לרבות וללא הגבלה, לסוכנות, יועץ, סוכן, קבלן ו/או ספק כלשהו, לרבות ספקים ו/או קבלני משנה של האוניברסיטה.
2. לא להעתיק ו/או לא לגרום ו/או להרשות לאחרים לבצע שכפול, העתקה, צילום, תדפיס וכל צורת העתקה אחרת של כל מידע שהוא.
3. לשמור בהקפדה על פרטי המידע ולנקוט בכל אמצעי הבטיחות והזהירות הסבירים הנדרשים לשם מניעת אובדנו ו/או הגעתו לידי אחרים שאינם מורשים לכך ע"י האוניברסיטה ו/או פרסומו בכל צורה שהיא.
4. לא לעשות במידע, כולו או חלקו, שימוש ו/או ניצול ו/או יישום כלשהו באופן ו/או בדרך כלשהי שלא לצורך אספקת המוצרים ומתן השירותים.
5. להחזיר לאוניברסיטה מיד עם סיום ההתקשרות עפ"י המכרז שפרטיו לעיל, באופן מסודר ותקין, את כל עותקי המידע מכל מין וסוג שהוא המצוי ברשותנו (לרבות כל מידע המאוכסן באופן מגנטי, אופטי ו/או אמצעי מדיה אחר), לרבות חומרים שהופקו מתוך המידע ובאמצעותו, ולרבות המסמכים והפריטים שהוכנו על ידינו ו/או ע"י מי מטעמנו, שהיו בשימושנו ו/או בשימוש מי מטעמנו ו/או שהגיעו לידינו ו/או לידי מי מטעמנו במהלך אספקת המוצרים ומתן השירותים.
6. להביא את תוכנו של כתב התחייבות זה לידיעת כל אחד מעובדינו אשר יספק מוצרים ו/או ייתן שירותים לאוניברסיטה במסגרת הסכם ההתקשרות, לדאוג כי כל אחד מהם יתחייב אישית בחתימתו לפעול עפ"י הוראות כתב התחייבות זה ולפעול לאכיפת ההתחייבויות בכתב התחייבות זה על עובדינו. היה ומי מעובדינו יפר התחייבות כלשהי, אנו נודיע לאוניברסיטה מיד ובכתב על הפרה כאמור.

7. למען הסר ספק, מוצהר ומוסכם, כי אין בעצם גילוי המידע ע"י האוניברסיטה לנו, כדי להעניק לנו ו/או ליחידים בנו כל זכות ו/או רשות ו/או כל זכות אחרת בכל הנוגע לפטנטים, מדגמים, זכויות יוצרים ו/או זכויות אחרות. מבלי לגרוע מהאמור לעיל, אנו מתחייבים שלא לפתח את המידע הסודי ו/או לשכללו ולחילופין במידה ופותח ו/או נשתכלל כולו או חלקו, יהא הפיתוח ו/או השכלול שייך לאוניברסיטה בלבד, והכל בין במישרין ובין בעקיפין, אלא אם כן נקבל את הסכמת האוניברסיטה מראש ובכתב ולפי שיקול דעתה המוחלט.
8. להודיע לאוניברסיטה ללא דיחוי, על כל מקרה שבעקבותיו הועבר מידע לגורם אחר כלשהו בניגוד לאמור בכתב התחייבות זה.
9. בכל מקרה של אובדן מידע כלשהו, להודיע על כך מיידי לנציג המוסמך של האוניברסיטה.
10. כל ההתחייבויות בכתב התחייבות זה תעמודנה ותשארנה בתוקפן ללא הגבלת זמן הן בתקופת ההתקשרות ולאחריה ותהיינה תקפות בין בארץ ובין בחו"ל.
11. ברור לנו כי אין בכתב התחייבות זה כדי לחייב את האוניברסיטה לחשוף מידע כלשהו כלפינו ו/או לקשור הסכם מכל סוג שהוא עמנו ו/או בקשר עם ההתקשרות.
12. בנוסף לזאת, אנו מצהירים כי ידוע לנו, כי הפרת האמור בכתב התחייבות זה תהווה הפרה יסודית של הסכם ההתקשרות עם האוניברסיטה על כל המשתמע והנובע מכך, וכי חשיפת המידע עשויה לגרום נזקים ואנו מתחייבים לשפותה על כל נזק ו/או הוצאה שנגרמו לה עקב הפרת חובת הסודיות על ידינו ו/או ע"י מי מטעמנו.
13. כמו כן אנו מצהירים כי ידוע לנו כי עפ"י סעיף 118 לחוק העונשין התשל"ז-1977, גילוי מידע כאמור שלא לפי סמכות שבדין, מהווה עבירה פלילית, וכי האיסור המפורט בסעיף חל גם על עובדים של הספק, עוד ידוע לנו כי גילוי מידע כאמור עלול להוות פגיעה בפרטיות, כמשמעה בחוק הגנת הפרטיות, התשמ"א-1981.
- בכתב התחייבות זה בכל מקום בו מוזכר יחיד או רבים, זכר או נקבה, יש לקרוא כאילו ההתחייבות כתובה באופן המתאים לחותם עליה.

חתימה וחותמת המציע

שם מלא של החותם מטעם המציע

תאריך

**מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב**

נספח י' 1

התחייבות לשמירת סודיות ה"בריף"

על ידי:

שם פרטי ומשפחה: _____
ת.ז. מס': _____
טל': _____
כתובת: _____

הואיל והנני משתתף בהליך מכרז פומבי מס' הס' 26/2020 למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה עבור אוניברסיטת תל-אביב (להלן: "המכרז");

והואיל ולשם בחינת איכות הצעתי במסגרת הליכי המכרז, עלי לקבל מהאוניברסיטה בריף אסטרטגי של תהליך המיתוג שהאוניברסיטה עוברת;

והואיל והבריף כולל מידע סודי של האוניברסיטה;

לפיכך הנני מתחייב כלפי האוניברסיטה כדלקמן:

1. **הגדרות:**
בהתחייבות זו תהיה למונחים הבאים המשמעות המופיעה לצידם:

בריף אסטרטגי של תהליך המיתוג של אוניברסיטת תל אביב	"הבריף"
כל המידע שמצוי בבריף	"מידע"
4. הנני מתחייב לשמור את המידע המצוי בבריף בסודיות מוחלטת ולעשות בו שימוש אך ורק לצורך הגשת ההצעה למכרז (ומתן השירותים כהגדרתם בנספח א' למכרז) באם הצעתי תיבחר כהצעה הזוכה במכרז). למען הסר ספק, ומבלי לפגוע בכלליות האמור, הנני מתחייב לא לפרסם ו/או להעביר ו/או להודיע ו/או למסור ו/או להביא לידיעת כל אדם את המידע הכלול בבריף.
5. הנני מצהיר, כי ידוע לי שאי מילוי התחייבויותי מהוות עבירה לפי פרק ז' (בטחון המדינה, יחסי חוץ וסודות רשמיים) לחוק העונשין, תשל"ז-1977. כמו כן ידוע לי כי גילוי המידע בבריף עלול לגרום נזק לאינטרסים של האוניברסיטה וכי במקרה בו יתברר כי אני האחראי לגילוי המידע, אדרש לשאת בנזקה המלאים של האוניברסיטה בגין גילוי המידע.
6. הנני מתחייב להחתים את כל אחד מעובדיי ו/או מי מטעמי אשר יחשף לבריף על כתב התחייבות זה לשמירה על סודיות המידע.
7. הריני מתחייב להשמיד את מסמך הבריף וכל עותק ממנו, בין אם מדובר בעותק פיזי או קובץ דיגיטלי, מיד עם סיום הליכי המכרז.
8. מוסכם וידוע לי, כי אין בהתחייבות זו כדי לגרוע מכל זכות ו/או סעד ו/או סמכות אחרת המוקנית לאוניברסיטה עפ"י כל דין ו/או הסכם.

ולראיה באתי על החתום:

_____ חתימה

_____ תאריך

_____ שם פרטי ומשפחה

אני החתום מטה עובד של _____ (להלן: "המציע") לאחר שקראתי את כל האמור במסמך זה והבנתי אותו, מתחייב לשמור את המידע בסודיות מוחלטת ולעשות בו שימוש אך ורק לצורך הגשת ההצעה למכרז (ומתן השירותים כהגדרתם בסעיף 1.2 למכרז באם הצעת המציע תיבחר כהצעה הזוכה במכרז). למען הסר ספק, ומבלי לפגוע בכלליות האמור, הנני מתחייב לא לפרסם ו/או להעביר ו/או להודיע ו/או למסור ו/או להביא לידיעת כל אדם את המידע. מוסכם וידוע לי, כי אין בהתחייבות זו כדי לגרוע מכל זכות ו/או סעד ו/או סמכות אחרת המוקנית לאוניברסיטה עפ"י כל דין ו/או הסכם.

ולראיה באתי על החתום:

_____ שם פרטי ומשפחה:

_____ ת.ז. מס':

_____ טל':

_____ כתובת:

_____ תאריך:

_____ חתימה:

**מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב**

נספח י"א

התחייבות להיעדר ניגוד עניינים

1.

אנו הח"מ, מצהירים ומתחייבים בזה, שאין ולא יהיו לנו, למנהלנו, לבעלי השליטה ולנושאי המשרה (אם המציע הינו חברה), לשותפינו (אם המציע הינו שותפות) ו/או או לכל אדם ו/או תאגיד הקשור אלינו, במהלך תקופת אספקת המוצרים ומתן השירותים בהתאם למפורט **במכרז פומבי מס' הס' 26/2020 למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה עבור אוניברסיטת תל אביב**, אשר פורסם ע"י האוניברסיטה (להלן: "השירותים"), ככל שניבחר כמציע זוכה במכרז, ניגוד עניינים ישיר ו/או עקיף ו/או קשרים עסקיים ו/או קשרים אחרים עם גורמים כלשהם שיהיה בהם משום ניגוד עניינים ישיר ו/או עקיף, בקשר לאספקת המוצרים ולמתן השירותים לאוניברסיטה.
2.

בכלל זה לא ידוע לנו על ניגוד עניינים קיים ו/או שאנו עלולים להימצא בו, בין במילוי תפקידינו ו/או עיסוקינו במסגרת מתן השירותים לאוניברסיטה לבין עניין אחר שלנו ו/או עניין של קרובינו ו/או עניין של גוף שאנו ו/או קרובינו קשורים בו.
3.

מוסכם וידוע לנו, כי אין בהתחייבות זו כדי לגרוע מכל זכות ו/או סעד ו/או סמכות אחרת המוקנית לאוניברסיטה עפ"י כל דין ו/או הסכם.

חתימה וחותמת המציע

שם מלא של החותם מטעם
המציע

תאריך

**מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב**

נספח י"ב

דוגמאות הזמנת רכש

עמוד 1 מתוך 2

הזמנה מס' :
מהדורה :
תאריך הזמנה :



Supply Unit
Division of Finance
Tel Aviv University
מל"ר מס' 589931187

ספק :
מס' ספק :

כתובת :
טל :

הזמנה זו כפופה להוראות, לתנאים ולהערות המפורטות בהמשך.

מס' שורה בהזמנה	תאור פרט					קומה/ חדר	תאום לספק	אחריות חודשית	מק"ט ספק		מק"ט
	מק"ט יצרן	יצרן	מבקש	יחידה	יעד למשלוח				טלפון	טלפון נוסף	
1 / 1	פריט לדוגמא										

סה"כ
מע"מ
ערך הזמנה בשקל חדש

הערות

- א. **מס' ספק**: הזמנה זו תקפה לע.מ./פ.נ./עמותה וכל המצוין במס' הספק בלבד.
- ב. **מחירים**: המחירים המצוינים בטף הזמנה הינם סופיים וכוללים את כל המיסים (למעט מע"מ), ההיטלים, הוצאות הובלה, ביטוח וכיו"ב. לא תחול כל תוספת למחירים הנ"ל מכל סיבה שהיא, אלא אם צוין אחרת בגוף ההזמנה.
- ג. **אספקה**: את הטובין/שירות יש לספק ליעד המבוקש בהזמנה. כתובת האוניברסיטה (כשהיעד לקמפוס האוניברסיטה): רח' חיים לבנון 55, ת"א במסירת הטובין ביחידה יש לוודא זיהוי של מקבל הטובין, זיהוי שגוי לא יאפשר תשלום חשבון. בכל מקרה של איחור מעבר לתאריך המקורי לא תאושר כל תוספת במחיר בגין שינוי שער, מדדים, מיסים וכו'.
- ד. **חשבונית**: יש לציין על גבי החשבונית ותעודת המשלוח את מס' הזמנת הרכש ומס' השורה בהזמנה, מק"ט יצרן ותאריך קצר של הטובין/שירות. תאריך החשבונית לא יהיה מוקדם ביותר מאשר יום אחד מיום מסירת הטובין/ביצוע השירות באוניברסיטה.
- ה. **תנאי תשלום**: תשלום תוך שוטף + 30 ימים מתאריך קבלת החשבונית בהנה"ח ובלבד כי הספק הגיש עם החשבונית את כל המסמכים הנדרשים. התשלום מותנה בהמצאת טופס הנהוג באוניברסיטה לביצוע תשלום מס"ב כשהוא מלא וחתום, מיד עם קבלת ההזמנה.

תקופת האחריות הינה באתר הלקוח (חודשי האחריות מוצגים לעיל), בשדה הערות שורה.

הגשת חשבונית לתשלום

המסמכים הנדרשים לביצוע תשלום: 1. חשבונית מקור בציון מס' הזמנה. 2. אישור המזמין בדבר קבלת הטובין/שירות. באחריות הספק להגיש את המסמכים **ישירות להנה"ח רכש מקומי/יחידת הספקה**, בניין לגיטיקה וביטחון, קומה 1 חדר 110. יש להגיש את המסמכים בסמוך למועד האספקה ולא יאוחר מ- 7 ימים מתאריך החשבונית. ניתן להגיש חשבונית חתומה דיגיטלית (בצירוף אישור קבלת הטובין/שירות ומס' הזמנה) בדוא"ל לכתובת: supplyinv@tauex.tau.ac.il. לברורים ניתן לפנות להנה"ח בטלפון 03-6408900/9751.

הוראות ותנאים כללים להזמנה המפורטת לעיל

- הספק מאשר כי ידוע לו, שמועד ההספקה / הביצוע של השרות, כמצוין בגוף ההזמנה, הוא תנאי יסודי להזמנה זו, וכי כל איחור בהספקה/ביצוע מחייב אישור מראש מהמזמין.
- הספק מתחייב כי הטובין/השרות יתאימו לדרישות המזמין וכן מתחייב הספק לפצות את המזמין בכל ההוצאות שתגרמנה למזמין עקב הספקת טובין/שרות באיחור ו/או אינם מתאימים לפרטי ההזמנה.
- שניונים וסטיט מהמפורט בגוף ההזמנה הינם בכפוף לקבלת הזמנת רכש מעודכנת מאושרת. המזמין רשאי להגדיל ו/או להפחית ו/או לשנות את היקף ההזמנה ואת אופן ביצוע.
- הספק מתחייב כי הטובין/השרות יתאימו לדרישות המזמין וכן מתחייב הספק לפצות את המזמין בכל ההוצאות שתגרמנה למזמין עקב הספקת טובין/שרות באיחור ו/או אינם מתאימים לפרטי ההזמנה.
- הספק מתחייב לשאת באחריות לטיב הטובין ותפעולם התקין וכן לטיב החומרים המושקעים בטובין לרבות להחליף, ו/או לתקן על חשבוננו כל אשר יימצא פגום ו/או בלתי מתאים, זאת לפי דרישתו הראשונה של המזמין.
- בכל מקרה של שניונים בהזמנת טובין/שרות שנדרשו ע"י המזמין, יקבע מחירם בהסכם מיוחד ובתאום עם המזמין, אך גם בהעדר הסכם חייב הספק לבצע השניונים הנדרשים מיד עם קבלת הוראות על כך בכתב מהמזמין.
- הספק לא יחייב רשאי להעביר חוביו ו/או זכויותיו שעפ"י הזמנה זו, כולן או מקצתן, בכל דרך שהיא, לרבות שעבודן ו/או המחאתן, לאחר או לאחריהם, ללא הסכמת האוניברסיטה לכך בכתב ומראש.
- אחריות – אישור המחאות חבובות.

מלכ"ר האוניברסיטה מס' 589931187
רח' חיים לבנון 55, תל אביב 6997801



יחידת הספקה
אגף הכספים
אונברסיטת תל אביב
Supply Unit
Division of Finance
Tel Aviv University

פקד:

טל':

תאריך ההזמנה: גרסה: 0
דרישה:

הסכמי מחירים מס': 79-
הזמנת הסכמי מחירים מוגבלת עד לסכום
רכישה של 60000 ש"ח כולל מע"מ

הזמנה זו כופפה להוראות, לתנאים ולהערות המפורטות:

מבקש: יחידה: יעד: מיקום: טל': טל' נוסף:

שורה	תאור פריט	מכ"ט	מיקום	טל'	טל' נוסף:
1	פריט ספק מק"ט יצרן יצרן יחידת מידה כמות מחיר סה"כ				
	מכין הדרישה: טל': דוא"ל:				
	מורשה חתימה - איש גל האוניברסיטה שרשי לאשר הוצאת כספים מסעיף התקציב הנ"ל.				
	אישור קבלת הטובין/שירות				
	שם המבקל: מס' תעודת זהות: תאריך: תפקיד: חתימה:				
	מורשה החתימה: ישי: טל': תאריך: חתימה:				

א. מס' ספק: הזמנה זו תקפה לע.מ. n./עמותה וכל המצוין במס' הספק בלבד.
ב. המחירים המצוינים בגוף ההזמנה הינם סופיים וכוללים את כל המיסים (למעט מע"מ), היתולים, הוצאות הובלה, ביטוח וכ"ו. ב. לא תחול כל תוספת למחירים הנ"ל מכל סיבה שהיא, אלא אם צוין אחרת בגוף ההזמנה.
ג. אפספק: את הטובין/שרות יש לספק ליעד המבוקש בהזמנה. במסירת הטובין ביחידה יש לוודא זיהוי של מקבל הטובין, זיהוי שני לא אפשרי תשלום חשבון, בכל מקרה של איחור מעבר לתאריך המקורי לא תאשר כל תוספת במחיר בגין שניי שער, מדיים, מיסים וכ"ו.
ד. חשבונות: יש לציין על גבי החשבונית תעודת המשלוח את מס' הזמנת הרכש ומס' השרה בהזמנה, מק"ט יצרן ותוארו קצר של הטובין/שירות. תאריך החשבונית לא יהיה מוקדם יותר מאשר יום אחד מיום מסירת הטובין/ביצוע השרות באוניברסיטה.
ה. תנאי תשלום: תשלום תוך 30+ ימים מסירת הטובין/ביצוע השרות באוניברסיטה. הספק הגיש עם החשבונית את כל המסמכים הנדרשים. התשלום מותנה בהמצאת טופס הנהוג באוניברסיטה לביצוע תשלום מס' ב כשהוא מלא ותחום, מיד עם קבלת ההזמנה.

הגשת חשבון לתשלום

המסמכים הנדרשים לביצוע תשלום: 1. חשבונית מקור. 2. אישור המזמין בדבר קבלת הטובין/שירות. 3. עותק חתום של הזמנה זו.
באחריות הספק להגיש את המסמכים ישירות למזכיר ספקים, יחידת החשבון, אגף כספים (קומה 1 115-116). יש להגיש את המסמכים בסמוך למועד האספקה ולא יותר מ-7 ימים מתאריך החשבונית.
ניתן להגיש חשבונית חתומה דיגיטלית (בצירוף אישור קבלת הטובין/שירות ועותק ההזמנה) בדוא"ל לכתובת: supplyk@tauex.tau.ac.il. לבירורים ניתן לפנות להנה"ח בטלפון: 03-6408782.

הוראות ותנאים כללים להזמנה המפורטת לעיל

- הספק מאשר כי ידוע לו, שמועד ההספקה / הביצוע של השרות, כמצוין בגוף ההזמנה, הוא תנאי יסודי להזמנה זו, וכי כל איחור בהספקה/ביצוע מחייב אישור מראש מהמזמין.
- הספק מתחייב כי הטובין/השרות יתאימו לדרישות המזמין וכן מתחייב הספק לפצות את המזמין בכל ההוצאות שתגרמנה למזמין עקב הספקת טובין/שרות באיחור ו/או אינם מתאימים לפרטי ההזמנה.
- שניונים וסטיט מהמפורט בגוף ההזמנה הינם בכפוף לקבלת הזמנת רכש מעודכנת מאושרת. המזמין רשאי להגדיל ו/או להפחית ו/או לשנות את היקף ההזמנה ואת אופן ביצוע.
- הספק מתחייב כי הטובין/השרות יתאימו לדרישות המזמין וכן מתחייב הספק לפצות את המזמין בכל ההוצאות שתגרמנה למזמין עקב הספקת טובין/שרות באיחור ו/או אינם מתאימים לפרטי ההזמנה.
- הספק מתחייב לשאת באחריות לטיב הטובין ותפעולם התקין וכן לטיב החומרים המושקעים בטובין לרבות להחליף, ו/או לתקן על חשבוננו כל אשר יימצא פגום ו/או בלתי מתאים, זאת לפי דרישתו הראשונה של המזמין.
- בכל מקרה של שניונים בהזמנת טובין/שרות שנדרשו ע"י המזמין, יקבע מחירם בהסכם מיוחד ובתאום עם המזמין, אך גם בהעדר הסכם חייב הספק לבצע השניונים הנדרשים מיד עם קבלת הוראות על כך בכתב מהמזמין.
- הספק לא יחייב רשאי להעביר חוביו ו/או זכויותיו שעפ"י הזמנה זו, כולן או מקצתן, בכל דרך שהיא, לרבות שעבודן ו/או המחאתן, לאחר או לאחריהם, ללא הסכמת האוניברסיטה לכך בכתב ומראש. אחריות – אישור המחאות חבובות.

מכרז פומבי מס' הס' 26/2020
למתן שירותי פרסום באינטרנט (דיגיטל) ובעיתונות כתובה
עבור אוניברסיטת תל אביב

נספח י"ג

דוגמת פורמט טבלת חשבוניות

מס' שורה בהזמנה	פני	מס' הזמנה	סה"כ מחיר	כמות שסופקה	מחיר פריט לפני מע"מ	תאור פריט	מק"ט ספק	מק"ט אוניברסיטה	סה"כ ערך חשבונית	סה"כ מע"מ	סה"כ ערך חשבונית ללא מע"מ	תאריך חשבונית	תאור חשבונית	מס' חשבונית	מספר ספק
						הזמנות קטנות									