

מכרז מס' 299/14

שירותי פרסום לאוניברסיטת חיפה

דצמבר 2014

1

חתימת המציע: _____

תאריך:

הזמנה להגשת הצעות למכרז מס' 299/14

בנושא: אספקת שירותי פרסום לאוניברסיטת חיפה

אוניברסיטת חיפה מזמינה בזאת להגיש הצעות להתקשרות בהסכם לאספקת שירותי פרסום לאוניברסיטת חיפה, הכל כמפורט במסמכי המכרז.

את חוברת המכרז ניתן לרכוש החל מיום א', 28.12.2014, בבניין הראשי, חדר 202, אגף משק ומבנים באוניברסיטת חיפה, אצל שוקי רפפורט, טל': 04-8249113, בימים א'-ה' בין השעות: 09:00-15:00.

ניתן לעיין בתנאים עקרוניים של המכרז באתר האינטרנט של האוניברסיטה ("מכרזים" בדף הבית), וכן בחוברת המכרז המלאה במשרדי האוניברסיטה, אך השתתפות במכרז מחייבת רכישת חוברת המכרז.

מועד אחרון להגשת הצעות למכרז: עד לא יאוחר מיום א', 01.02.2015 בשעה 12:00 לתיבת המכרזים בחדר 202 אגף משק מבנים, בניין ראשי.

על המציעים לרכוש את חוברת המכרז תמורת סך של 1,000 ש"ח. סכום זה לא יוחזר בשום מקרה, לרבות במקרה של ביטול או דחייה של המכרז.

האוניברסיטה אינה מתחייבת לקבל את ההצעה הנמוכה ביותר או כל הצעה שהיא.

טבלת תאריכים:

נושא	תאריך	יום ושעה
פרסום המודעה למכרז	26.12.2014	ר'
מכירת חוברת המכרז החל ביום	28.12.2014	א' 09:00-15:00
מועד אחרון להגשת הבהרות בכתב	15.01.2015	ה' 16:00
מועד אחרון להגשת הצעות	01.02.2015	א' 12:00

כתב הוראות למגישי הצעות למכרז מס' 299/14

<p>הגדרות</p> <p>בכתב הוראות זה:</p> <p>האוניברסיטה אוניברסיטת חיפה משדרות אבא חושי, הר-הכרמל, חיפה, לרבות כל יחידות החוץ, חברות הבת והיחידות העצמאיות של האוניברסיטה;</p> <p>הסכם הסכם לביצוע השירות בנוסח ובתנאים כמפורט במסמך ה' למכרז;</p> <p>הזוכה מי שהגיש הצעתו למכרז, הצעתו נתקבלה כדין על ידי האוניברסיטה ונבחר לבצע "השירות", כולו או מקצתו;</p> <p>המכרז מכרז מס' 299/14 למתן שירותי פרסום לאוניברסיטת חיפה;</p> <p>השירות שירותי פרסום ורכש מדיה וכן שירותי פרסום נוספים, כהגדרתם להלן, אשר יידרשו על ידי האוניברסיטה בהתאם לצרכיה ובהתאם לתנאי מכרז זה.</p> <p>שירותי פרסום ורכש מדיה פרסום בארץ מטעם ועבור האוניברסיטה ויחידותיה באמצעי התקשורת- הן באמצעות רשת האינטרנט והן באמצעות עיתונות, רדיו, טלוויזיה ושילוט חוצות, לרבות שירותי פרסום נלווים לרכש המדיה, הכל בהתאם למפורט במפרט השירות וההצעה הכספית נספח 1 למסמך ב' ובהסכם מסמך ה'.</p> <p>שירותי פרסום נוספים שירותי הכנה לדפוס, עיצוב והפקות אינטרנט, שירותי קופי ופעילות במדיה דיגיטאלית שאינם מבוצעים במסגרת הליך רכש מדיה, הכל בהתאם למפורט במפרט השירות וההצעה הכספית נספח 1 למסמך ב' ובהסכם מסמך ה'.</p> <p>שירותי פרסום ורכש מדיה בתחום עידוד הרשמה שירותי פרסום ורכש מדיה כהגדרתם לעיל המהווים להנחת דעתה של האוניברסיטה פעילות שיווקית לצורך עידוד רישום של סטודנטים ללימודים באוניברסיטה.</p> <p>אמצעי התקשורת כלי המדיה והתקשורת לסוגיהם, באמצעותם יבוצעו שירותי הפרסום ורכש המדיה, והמצויינים במפרט השירות המצורף כנספח 1 למסמך ב' למכרז.</p> <p>בריף מסמך עקרונות לביצוע המצגת בשלב ב' של המכרז, אשר יועבר למציעים שיעברו את שלב א' של המכרז ויצורף כנספח ג' להסכם מסמך ה'.</p> <p>המחירון מחירוניהם הרשמיים של אמצעי התקשורת הנכונים ליום פרסום מסמכי המכרז, והמפורסמים בין היתר באתרי האינטרנט של אמצעי התקשורת.</p>	<p>1.</p>
---	-----------

2. מהות המכרז

מוזמנות בזה הצעות למתן השירות.

3. מסמכי מהמכרז

המסמכים המפורטים להלן מהווים את מסמכי המכרז:

א. מסמך א'- כתב ההוראות למגישי הצעות למכרז.

ב. מסמך ב'- נוסח הצעה למכרז.

נספח 1 למסמך ב' – מפרט השירות וההצעה הכספית.

נספח 2 למסמך ב'- התחייבות לשמירת סודיות והימנעות מניגוד עניינים.

ג. מסמך ג'- נוסח ערבות להגשת ההצעה.

ד. מסמך ד'- נוסח ערבות להבטחת קיום ההסכם וטיב ביצוע השירות.

ה. מסמך ה'- נוסח ההסכם

נספחים למסמך ה' (להסכם):

1. נספח א' להסכם – מפרט השירות וההצעה הכספית.

2. נספח ב' להסכם – התחייבות לשמירת סודיות והימנעות מניגוד עניינים.

3. נספח ג' להסכם – הבריף (יועבר רק למציעים שיעברו את שלב א' של המכרז כמפורט להלן).

4. נספח ד' להסכם- אישור עריכת ביטוח.

5. נספח ה' להסכם- נספח לוחות זמנים ותהליכי עבודה.

4. תנאים מקדמיים להשתתפות במכרז

על המציע, כתנאי לבחינת הצעתו, למלא אחר כל התנאים הבאים:

א. המציע הנו בעל ניסיון של לפחות שלוש השנים שקדמו למועד האחרון להגשת ההצעות, במתן שירותי פרסום ושבמהלכן נתן שירותי פרסום לשני לקוחות לפחות שתקציב הפרסום השנתי של כל אחד מהם עלה על 2.5 מליון שקלים חדשים.

ב. המציע מפעיל מחלקת אינטרנט פעילה במשרדו, בעלת יכולת תכנון גרפי, ובעלת ניסיון בקמפיינים פרסומיים ולא מבצע שירותים אלו באמצעות קבלן משנה מטעמו.

ג. למציע מחלקת מדיה אשר הנה בעלת ניסיון של לפחות 3 שנים בתכנון ובניית תמהיל מדיה.

ד. לצורך הוכחת איתנותו הפיננסית של המציע נדרש כי היקף המחזור הכספי השנתי של המציע עמד על סך של 8,000,000 שקלים חדשים בכל אחת מן השנים 2011-2013. לצורך הוכחת תנאי סף זה יצרף המציע להצעתו אישור רו"ח.

ה. המציע התחייב בהתחייבות להיעדר ניגוד עניינים כמפורט במסמך ב' לפיה נכון למועד הגשת ההצעה למכרז המציע אינו מעורב ו/או קשור במתן שירותי פרסום ורכש מדיה בתחום עידוד הרשמה במישרין או בעקיפין, או בהתחייבויות דומות אחרות לאוניברסיטאות הבאות: הטכניון, מכון ויצמן, אוניברסיטת בר אילן, אוניברסיטת בן גוריון, האוניברסיטה העברית, אוניברסיטת תל אביב.

ו. המציע הצהיר במסגרת ההתחייבות להיעדר ניגוד עניינים המצורפת במסמך ב', אם הוא מקיים קשרי עבודה פעילים, ישירים או עקיפים, בתחומי העיסוק נשוא מכרז זה, עם מוסדות אחרים להשכלה גבוהה שאינם נמנים על המוסדות המנויים בס"ק ה' לעיל, ולדעת האוניברסיטה אין בכך משום ניגוד עניינים.

מציעים המעוניינים לבדוק מראש אם קשרי העבודה שהם מקיימים כאמור בסעיף זה, מהווים לדעת האוניברסיטה ניגוד עניינים, רשאים להעביר לאוניברסיטה במסגרת מועד שאלות ההבהרה כאמור בסעי' 17 להלן, את טופס ההתחייבות להיעדר ניגוד עניינים המצורף במסמך ב' כשהוא ממולא וחתום, ובמידה ויימצא כי לדעת האוניברסיטה קיים ניגוד עניינים כאמור, לא יעמוד המציע בתנאי מקדמי זה ויושבו לו דמי רכישת המכרז.

המציע, לענין ס"ק ה' ו-ו': לרבות כל תאגיד ו/או גוף אחר אשר המציע ו/או מנהליו ו/או בעלי המניות בו הינם בעלי שליטה בתאגיד ו/או גוף כאמור וכן יועץ ו/או קבלן של המציע.

ז. המציע צירף להצעתו ערבות בנקאית בהתאם לנוסח המצורף במסמך ג'.

ח. למציע כל האישורים הנדרשים לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, התש"ל-1976 על תקנותיו.

ט. המציע רשום בכל מירשם המתנהל על פי דין הצריך לענין נושא ההתקשרות וכן יש בידו כל הרשיונות הנדרשים על פי דין.

הדרישות דלעיל הינן דרישות סף, ולא תובא לדיון הצעת מציע שאינה עומדת בכל הדרישות דלעיל במלואן.

5. לידיעת מגישי ההצעות –

האמור להלן מובא להערכה ולהתרשמות בלבד ואין בו כדי להוות מצג ו/או התחייבות כלשהם מצד האוניברסיטה ו/או עובדיה ו/או מי מטעמם, והמציע בהגשת הצעתו מצהיר כי הוא בחן את הכדאיות הכלכלית של הגשת ההצעה למכרז וכי אין לו ולא תהיינה לו כל דרישה ו/או טענה ו/או תביעה כלפי האוניברסיטה ביחס למידע בסעיף זה ו/או לאמור בהקשר זה במכרז זה על נספחיו.

א. השירותים נשוא המכרז יכללו בין היתר פלנינג (אסטרטגיה), קריאטיב, תכנון והפקת קמפיינים בתחום עידוד הרשמה, סטודיו ורכש מדיה וכן פרויקטים ומשימות נוספים בתחום הפרסום/שיווק שיתבקשו על ידי האוניברסיטה, הכל כמפורט במסמכי המכרז על נספחיו.

ב. "תקציב הפרסומים" המיועד של האוניברסיטה לתקופת ההסכם, כהגדרתה להלן, עומד על כ- 3,000,000 ₪, מתוכם כ- 2,500,000 ₪, מוקצים לשירותי פרסום ורכש מדיה בתחום עידוד הרשמה כהגדרתם לעיל. נתונים אלו הינם בגדר הערכה וניתנים כאומדן בלבד. האוניברסיטה אינה מתחייבת לסכומים הנקובים ו/או להיקף ההתקשרות ו/או השירות בפועל שינתנו ע"י הזוכה, ושיקולי הכדאיות הכלכלית של המציע יעשו על ידו ועל אחריותו בלבד. לעניין סעיף זה "תקציב הפרסומים" כולל הן את התמורה לאמצעי התקשורת והן לחברת הפרסום זוכה.

נפחי הפירסום המוערכים של האוניברסיטה אשר לפרסום ורכש מדיה בכ"א מאמצעי התקשורת, מפורטים בנספח 1 למסמך ב'. כאמור נתונים אלה הינם בגדר הערכה בלבד ואינם מחייבים את האוניברסיטה בכל דרך והמציעים מוותרים מראש על כל טענה כלפי האוניברסיטה בעניין זה.

ג. מובהר ומודגש, כי מרבית הקמפיינים בתחום עידוד ההרשמה עולים בחודשים ינואר-אוגוסט, אך לא רק. בתקופות אלו ייתכנו מספר קמפיינים אשר ינוהלו במקביל ויידרשו מן המציע הזוכה מתן מענה קריאטיבי וניהול מדיה בו זמנית תוך עמידה בלוחות הזמנים.

ד. לאחר חתימת ההסכם עם המציע הזוכה תגדיר האוניברסיטה את יעדיה במסגרת דיון משותף. בתום כל שנה תקציבית ורק לאחר חלוף שנה ממועד תחילת תקופת ההתקשרות תבצע האוניברסיטה "דירוג עמידה ביעדים" ולפי תוצאותיו של הדירוג כאמור תהא רשאית להחליט לתגמל את משרד הפרסום הזוכה בבנוס כספי או לחלופין להטיל עליו קנס כספי- הכל בהתאם למפורט בהסכם מסמך ה'.

ה. באוניברסיטה מחלקה לשיווק ועידוד הרשמה פעילה הנותנת מענה לצרכי עידוד הרשמה והם יהיו הגורם המקשר בין המציע לבין יחידות האוניברסיטה בתחום עידוד הרשמה.

ו. באוניברסיטה מערך תקשורת פעיל שנותן מענה להתנהלות יחסי הציבור השוטפת והייעוץ האסטרטגי שיינתן כחלק מהשירות אינו בא להחליף פונקציה זו אלא לייעץ להנהלת האוניברסיטה במקרים ולצרכים ספציפיים, כפי שתמצא לנכון מפעם לפעם.

ז. כמו כן, באוניברסיטה מחלקת פרסומים, המפיקה דברי דפוס שאינם מיועדים לאמצעי התקשורת בהם ייושם הקו הפרסומי.

ח. הזוכה מתחייב לעבוד בשיתוף פעולה עם חברת ו/או חברות יחסי ציבור עמה האוניברסיטה עובדת ובהתאם להנחיותיהם.

ט. לזוכה תינתן בלעדיות אך ורק בכל הנוגע ל"שירותי פרסום ורכש המדיה בתחום עידוד הרשמה" כהגדרתם לעיל במהלך תקופת ההסכם, וזאת בכפוף להוראות סעיפים י"א-י"ג להלן. "בלעדיות" בסעיף זה משמעותה כי האוניברסיטה לא תבצע את השירותים כאמור באמצעות משרד פרסום אחר זולת הזוכה, וזאת כאמור לתקופות שנקבעו לעיל ובכפוף להוראות המפורטות להלן.

י. למען הסר ספק, מובהר כי לזוכה לא תינתן "בלעדיות" בשירותי פרסום נוספים כהגדרתם לעיל ו/או בכל שירות אחר שיינתן על ידו לפי מכרז זה שאינו נכלל ב"שירותי פרסום ורכש מדיה בתחום עידוד הרשמה" כהגדרתם לעיל והאוניברסיטה שומרת על זכותה לבצע שירותים אלו בעצמה ו/או על ידי מי מטעמה, ותהא רשאית להתקשר עם כל גוף אחר ו/או עם הזוכה עצמו על פי שיקול דעתה הבלעדי והמוחלט.

במידה שתחליט האוניברסיטה ו/או כל אחת מיחידותיה בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי להתקשר עם הזוכה לצורך קבלת שירותי פרסום נוספים ו/או שירותים אחרים שאינם מהווים "שירותי פרסום ורכש מדיה בתחום עידוד הרשמה", תהנה האוניברסיטה מתנאי מכרז זה על נספחיו לרבות סכומי התמורה שיוצעו על ידי המציע שיזכה במכרז, בכפוף לניחול מו"מ על המחיר שבכל מקרה לא יעלה על המחיר המוצע כאמור.

יא. מובהר כי למרות האמור לעיל בס"ק ט', חברות הבת של האוניברסיטה ויחידות החוץ שלה (ובכלל זה ביה"ס לתיירות בישראל בע"מ, כרמל החברה הכלכלית של אוניברסיטת חיפה בע"מ וכן היחידה ללימודי המשך ולימודי חוץ, ביה"ס לתלמידי חו"ל וכיו"ב) לא תהינה מחויבות לבצע שירותי פרסום ורכש מדיה בתחום עידוד הרשמה באמצעות הזוכה, אך במידה ותבחרנה לעשות כן, לפי שיקול דעתן המוחלט- ישולם לזוכה אותו המחיר שהוצע על ידו לשירות זה במסגרת מכרז זה ובאותם תנאים הכל בהתאם לסוג הרכיבים שיוזמנו ולכמותם.

יב. עוד מובהר כי למרות האמור לעיל בס"ק ט', במהלך כשלושת החודשים הראשונים והאחרונים להתקשרות עם הזוכה במכרז, יפעל הזוכה במקביל לחברת הפירסום המוחלפת/המחליפה של האוניברסיטה עד לתום הליכי החפיפה.

יג. עוד מובהר כי למרות האמור בס"ק ט' לעיל, האוניברסיטה ויחידותיה שומרות על זכותן לפנות לכל אחד מאמצעי התקשורת ו/או לכל חברת פרסום אחרת ולקיים עמם מו"מ בנוגע לשירותי פרסום ורכש מדיה בתחום עידוד הרשמה, בהשתתפות או בידיעת משרד הפרסום, או באופן עצמאי מבלי ליידע אותו, בכל עת.

האוניברסיטה ויחידותיה תהינה רשאיות לנהל את המו"מ עם "אמצעי התקשורת" ו/או חברות הפרסום השונות באמצעותן ו/או באמצעות כל בעל תפקיד באוניברסיטה שיימצא לנכון, ובמידה שהצעת המחיר שהן תקבלנה תהיה נמוכה מהצעת המחיר שהשיג המשרד הזוכה (לרבות מן הטעם שהצעת המחיר הזולה פטורה ממע"מ) - הן תהינה רשאיות לפנות אל המשרד הזוכה במכרז בבקשה לספק להן את השירות במחיר שהושג על ידן באופן בו הסיכום בין לבין נציג "אמצעי התקשורת" המוסמך, יהא תקף לגבי כלל פרסומי האוניברסיטה ויחידותיה באמצעי תקשורת זה, שיבוצעו באמצעות הזוכה. המשרד הזוכה יידרש להשיב לבקשת האוניברסיטה בתוך 3 ימים ממועד הבקשה, ובמידה וישיב לבקשה בשלילה ו/או לא ישיב במועד תהיה רשאית האוניברסיטה ו/או היחידה הרלוונטית להתקשר עם אמצעי התקשורת ו/או עם חברת הפרסום במישרין.

6. סודיות

על המציע, כמו גם על הזוכה תחול חובת סודיות בכל הנוגע למתן "השירות" ולמידע שגוע לידיעתו עקב או במהלך הליך המכרז ו/או מתן השירות. המציע יידרש לחתום על מסמך התחייבות שמירה על סודיות והימנעות מניגוד עניינים בנוסח הרצ"ב, המסומן נספח 2' למסמך ב' והמהווה חלק בלתי נפרד מסמכי המכרז, ואשר יצורף כנספח ב' להסכם, מסמך ה' שייחתם עם הזוכה ויהווה חלק בלתי נפרד מן ההסכם.

7. אופן הגשת ההצעה

ההצעה למכרז תוגש **בשני עותקים קשיחים ובדיסק** כדלקמן:

א. ההצעה למכרז תיערך, תמולא ותוגש בהתאם לנוסח ועל פי טופס ההצעה למכרז (מסמך ב') הכלול בין מסמכי המכרז ויצורפו אליו כל שאר מסמכי המכרז והמסמכים שנדרשו בו, כאשר הם ממולאים וחתומים על ידי המציע. הצעה למכרז, על כל נספחיה וצורפותיה, תושם במעטפה המיוחדת לכך, עליה יירשם מסי המכרז ונושא המכרז.

מובהר כי יש לחתום על כל עמוד ועמוד ממסמכי המכרז, נספחיו וצורפותיו, לרבות על קובץ התשובות לשאלות ההבהרה באמצעות חותמת ובראשי תיבות. כמו כן, יש לחתום באמצעות חותמת וחותמה מלאה בכל מקום שנדרש לעשות כן.

ב. על המציע למלא בקפדנות בהדפסה או בכתב יד ברור את כל הפרטים הדרושים בהצעה למכרז, ולחתום כדון על ההצעה ועל כל אותם המסמכים הנלווים לה אשר על מגיש ההצעה לחתום עליהם, בהתאם לכתב הוראות זה.

ג. המציע יפרט את הצעת המחיר בטבלאות שבמפרט השירות וההצעה הכספית. הצעת המחיר תכלול שני מרכיבים:

(1) אחוז ההנחה מן המחירון של אמצעי התקשורת השונים המפורטים בטבלת הפרסום ורכש המדיה, אותו מתחייב המציע להעניק לאוניברסיטה בגין שירותי רכש המדיה. ההנחה תינקב לגבי כל "אמצעי תקשורת" בנפרד (ובעיתונות הכתובה – לכל המדורים והמוספים) במקום המיועד בטבלה לצד שם אמצעי התקשורת הרלוונטי באופן בו אחוז ההנחה לכל המדורים, המוספים וסוגי הפרסומים בכל אחד מאמצעי התקשורת – יהא אחיד (להלן: "אחוז ההנחה").

המציע מתחייב כי במשך כל תקופת ההתקשרות תיחנה האוניברסיטה מאחוזי ההנחה שינקוב, ובכל מקרה כי אחוזי ההנחה לא יפתו מאחוז ההנחה שהוצע במסגרת מכרז זה. אחוזי ההנחה ינוכו ממחירון אמצעי התקשורת כפי שיהיה בתוקף בעת מועד הפרסום.

(2) המחיר המוצע עבור כל אחד מן הרכיבים הנכללים בטבלאות שירותי הפרסום הנוספים כהגדרתם לעיל. המחיר יינקב בשקלים חדשים.

מובהר כי המחירים המוצעים לא יכללו מע"מ, והמע"מ יתווסף אליהם לפי שיעור על פי דין במועד הוצאת החשבונית.

תשומת לב המציעים מופנית לסעיף התמורה בהסכם וסעיף 11 להלן.

ד. על ההצעה לכלול, בין השאר: פרטים לגבי המציע, ניסיונו, המלצות, היתרים הנדרשים על פי דין ואישורים לרבות האישורים והמסמכים הנדרשים לצורך הוכחת תנאי הסף.

מבלי לגרוע מן האמור לעיל על המציעים לפרט בהצעתם פרטים כלליים אודות המשרד ובכלל זה- שנות ניסיון המשרד בתחום הפרסום, מספר עובדים במשרד נכון למועד הגשת ההצעה, מיקום המשרדים, ניסיון קודם עם מוסדות להשכלה גבוהה וכיו"ב.

ה. המציעים יתבקשו להציג במסגרת הצעתם את הגורם הבכיר שירכז במשרדם את ענייני ההתקשרות עם האוניברסיטה במידה ותזכה הצעתם, אשר יהא בעל מניות במציע ו/או מנהל בכיר.

מבלי לגרוע מן האמור לעיל המציעים יידרשו להציג במסגרת הצעתם צוות של 3 עובדים מתוכם שני תקציבאים (להלן- "התקציבאים") ומנהל לקוח בכיר (להלן- "הסופרווייזר"), שירכז את תיק האוניברסיטה באופן קבוע ושוטף. כמו כן לרשותם יעמוד מנהל מח' אינטראקטיב וארט דירקטור זמינים.

לתקציבאים יהיה ניסיון של לפחות שנתיים בעולם הפרסום וניסיון של לפחות 5 שנים בעולם הפרסום. המציעים נדרשים לצרף להצעתם קורות חיים ומסמכים רלוונטיים של התקציבאים והסופרווייזר כאמור.

במידה והצעת המציע תעלה לשלב ב' התקציבאים והסופרווייזר כאמור הם שיציגו את המצגת בפני האוניברסיטה.

במידה והמציע יזכה כל הגורמים המפורטים בסעיף זה יידרשו להיות זמינים לפניית נציגי האוניברסיטה, וכן לקחת חלק בפגישות באוניברסיטה, הכל כמפורט במסמכי מכרז זה על נספחיו.

1. כל שינוי ו/או תוספת אשר ייעשו במסמכי המכרז או כל הסתייגות לגביהם, בין אם בגוף מסמכי המכרז ובין אם במכתב לוואי ו/או בכל דרך אחרת – תקנה זכות לאוניברסיטה להתעלם מכל שינוי, תוספת והסתייגות כאילו לא היו, או לפסול ההצעה, הכל לפי שיקול דעתה הבלעדי והמוחלט.

2. המציע חייב להגיש את ההצעה לגבי כל מרכיבי "השירות", נשוא המכרז, ולמלא את כל הפרטים עבור כל אמצעי התקשורת בנוסח מפרט השירות וההצעה הכספית (נספח 1, למסמך ב'). הצעות לחלק מסעיפי כתב הוראות ולהצעה (מסמכים א' ו-ב' על כל נספחיהם) לא תתקבלנה.

ה. על המציע לצרף להצעתו עותק חתום על ידו של כתב הוראות זה וכן כל מסמך שנדרש בהתאם לכתב הוראות זה. כמו כן על המציע לצרף להצעתו המסמכים הבאים:

(1) הצעה בנוסח מסמך ב' למסמכי המכרז מלאה ובכתב ברור וחתומה בחתימת המציע.

(2) נספח מפרט השירות וההצעה הכספית (נספח 1 למסמך ב'), בכתב ברור וחתום בחתימת המציע.

(3) לצורך הוכחת תנאי הסף שבסעיף 4(א) המציע יצרף להצעתו את רשימת הלקוחות כאמור ולגבי כל אחד מהם יפרט את תקופת מתן השירותים, מהות השירותים, תקציב הפרסום השנתי ופרטי איש קשר ממליץ. כמו כן, יהיה רשאי לצרף בנוסף המלצות כתובות מטעם לקוחות אלו.

(4) לצורך הוכחת תנאי הסף שבסעיף 4(ד) יצרף המציע להצעתו אישור רו"ח המאשר כי היקף המחזור הכספי השנתי שלו עמד על סך של 8,000,000 שקלים חדשים בכל אחת מן השנים 2011-2013.

(5) לצורך הוכחת תנאי הסף שבסעיפים 4(ה)-4(ו) המציע יצרף להצעתו התחייבות שמירת סודיות והימנעות מניגוד עניינים, נספח 2 למסמך ב' חתומה כדין.

(6) תיק עבודות הכולל מצגת שהוכנה עבור אחד מלקוחות המציע, בצירוף ניתוח התוצאות של המהלך השיווקי שהוכן עבור לקוח כאמור, כולל עותק ממוחשב על גבי דיסק.

(7) המלצות עדכניות, חתומות בידי הממליץ, והכוללות את תאריך ההמלצה. האוניברסיטה תהא רשאית לבדוק ההמלצות, כאמור, ולדרוש, במידת הצורך, פרטים נוספים ועל מגיש ההצעה יהא לספקם מיד לכשיידרש לכך. האוניברסיטה שומרת על זכותה לערוך בירורים לגבי מוניטין המציע, ניסיונו, ושביעות רצון לקוחותיו.

(8) כתב ערבות בנקאית בנוסח מסמך ג'.

(9) מציע שהוא תאגיד - העתקים מאומתים על ידי עו"ד של מסמכי ההתאגדות ותעודת הרישום של התאגיד; רשימת בעלי המניות של התאגיד, מנהליו ומורשי החתימה שלו, כשהיא מאושרת על ידי עו"ד או רו"ח.

(10) אישור על ניהול פנקסי חשבונות ורשומות לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים (אכיפת ניהול חשבונות) תשל"ו – 1976 ותקנות עסקאות גופים ציבוריים (אכיפת ניהול חשבונות) (אישורים) שהותקנו על פיו.

(11) אישור עדכני משלטונות מס ערך מוסף או מרו"ח המעיד כי המציע הינו עוסק מורשה וכי הוא מנהל כחוק פנקסי חשבונות ורשומות, על פי חוק מס ערך מוסף והתקנות שהותקנו לפיו, וכי הוא נוהג לדווח על העסקאות שמוטל עליהן מס לפי אותו חוק, או כי הוא פטור מלעשות כן.

(12) קבלה ו/או אישור מאת האוניברסיטה על רכישת מסמכי המכרז.

8. קריטריונים לבדיקת ההצעות

א. תחילה תיבדקנה עמידת ההצעות בתנאי הסף למכרז.

ב. ההצעות שתעמודנה בתנאי הסף שהוגדרו במכרז תיבחנה שלבים בהתאם למפורט להלן:

שלב א'-

תיערך בחינה איכותית ובחינה מסחרית של ההצעות:

1. בחינה האיכותית (60%) - במסגרת הבחינה האיכותית יילקחו בחשבון, המרכיבים הבאים: שנות ניסיון המציע בתחום הפרסום, מספר עובדים נכון למועד הגשת ההצעה, קרבה גיאוגרפית לאוניברסיטה, ניסיון קודם עם מוסדות להשכלה גבוהה, תיק עבודות, ניסיון של צוות המציע (התקציבאים והסופרווייזר), התרשמות האוניברסיטה. לכ"א מהקריטריונים האמורים יינתן משקל יחסי שווה.

2. בחינה המסחרית (40%) -

<u>המשקל</u>	<u>הקריטריון</u>
90%	אחוז ההנחה הממוצע המוצע מן המחירון עבור שירותי הפרסום ורכש המדיה. כמפורט ב"טבלת הפרסום ורכש המדיה" שבנספח 1 למסמך ב'. המציע שיציע את אחוז ההנחה הממוצע הגבוה ביותר יזכה למירב הנקודות ואחריו המציעים האחרים באופן יחסי. "אחוז ההנחה הממוצע" יחושב ביחס לנפחי הפרסום המוערכים המצוינים בטבלת הפרסום ורכש המדיה שבנספח 1 למסמך ב' המהווים הערכה בלבד.
10%	סכום המחירים המוצעים לכל פריטי שירותי הפרסום הנוספים כמפורט בטבלאות "שירותי הפרסום הנוספים" שבנספח 1 למסמך ב'.

ציון:

הבחינה האיכותית וציון הבחינה המסחרית ישוקללו באופן שלציון הבחינה האיכותית יינתן משקל של 60% ואילו לציון הבחינה המסחרית יינתן משקל של 40% (להלן: "ציון שלב א'").

ההצעות שתקבלנה את ציון שלב א' הגבוה ביותר תוזמנה ע"י האוניברסיטה להשתתף בשלב ב'. לאוניברסיטה נתון שיקול הדעת הבלעדי לקבוע את מספר המציעים שיעברו לשלב ב'.

על אף האמור, האוניברסיטה תהיה רשאית בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי שלא להעלות לשלב ב' ושלא לבחור כזוכה במכרז במציע אשר ציון שלב א' של הצעתו ו/או של כ"א ממרכיביה נמוך מ 75% מהציון המירבי.

שלב ב'-

3. עם סיום שלב א', האוניברסיטה תפנה בכתב אל כל המציעים אשר הוחלט לגביהם כי הצעותיהם עברו לשלב ב', ותודיע על לוח הזמנים הצפוי לביצועו.

בין היתר, האוניברסיטה תהיה רשאית לקיים מפגש תדריך בהשתתפות נציגי הגורמים באוניברסיטה הנזקקים לשירותי הפרסום, אשר יציגו בפני המציעים שעלו לשלב ב' את דרישותיהם מן הזוכה לצורך מתן השירות, כך שהמציעים שעלו לשלב ב' יוכלו לתת לדרישות כאמור מענה במסגרת המצגות, כמפורט להלן.

4. במסגרת שלב ב' ידרש כ"א מהמציעים שהוזמנו להציג בפני נציגי האוניברסיטה מצגת. המצגת תכלול הצעת קווי יסוד לקו הפירסומי במתן השירות לאוניברסיטה בתחום עידוד הרשמה, וכן- אסטרטגיה פרסומית, קונספט קריאייטיבי וכיוונים מרכזיים ליישום השירות עבור קמפיין כלל אוניברסיטאי וקמפיין חוגי, הכל בהתאם לבריף שיצורף למסמכי המכרז כמסמך ו' לאחר סיום שלב א' ובמסגרות התקציב שיוגדרו בו (להלן: "המצגת").

5. המצגת תיבחן בהתאם לקריטריונים הבאים: מידת החדשנות והיצירתיות, מידת התאמת הקו הפירסומי לבריף, מידת התאמת הקו הפירסומי למגבלות ביצוע (תקציב וכיו"ב), התרשמות כללית. לכ"א מהקריטריונים האמורים יינתן משקל יחסי שווה. מצגת שתשיג את סכום ציוני האיכות הגבוה ביותר תקבל את הניקוד המירבי בשלב ב' והמצגות האחרות ינוקדו באופן יחסי ממנה (להלן: "ציון שלב ב'").

9. אופן השוואת ההצעות והציון הסופי

א. האוניברסיטה תהיה רשאית לנהל מו"מ עם המציעים שיבחרו על ידה מתוך המציעים שעלו לשלב ב' על מנת לקבל הצעה כספית משופרת. ההצעות הכספיות המשופרות תשוקללנה שוב בהתאם למפורט לעיל, בסיום שלב ב'.

ב. בהפעלת שיקול הדעת הסופי לבחירת ההצעה הזוכה יילקחו בחשבון המרכיבים הבאים, לפי המשקלים הנקובים כדלקמן:

- ציון שלב א' 60%
- ציון שלב ב' 40%

10. תקופת ההתקשרות

א. ההתקשרות עם הזוכה במכרז זה תהא למשך 24 חודשים, שתחילתם בתאריך 01.05.2015 וסיומם ב-01.05.2017 או במועד נדחה כפי שייקבע על ידי האוניברסיטה ובהתאם לשיקול דעתה (להלן: "תקופת ההסכם").

ב. על אף האמור בס"ק א' לעיל, תהא לאוניברסיטה הזכות, להביא לסיום ההסכם ו/או כל אחד ממרכיביו בתום 6 חודשים מתחילת תקופת ההתקשרות ובכל עת שתראה לאחר מכן בשל אי שביעות רצון מאופן מתן השירות או מכל סיבה אחרת, בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי ובהודעה של 7 ימים מראש ובכתב, מבלי שהסיום האמור יהווה הפרה ומבלי שהדבר יזכה את הזוכה בפיצוי ו/או תשלום באשר הם.

ג. לאוניברסיטה נתונה האופציה להאריך את תקופת ההסכם, באותם תנאים, בכפוף למילוי מלוא התחייבויות הזוכה על פי ההסכם במשך תקופת ההתקשרות והארכת תוקף הערבות **מסמך ד'**. בתנאי מסמך ה', לשלוש תקופות נוספות של 12 חודשים כל אחת, בהודעה בכתב שתומצא לזוכה לא יאוחר מ- 60 לפני סיום תקופת ההסכם.

ד. אין באמור לעיל כדי לגרוע מזכות האוניברסיטה לבטל את ההסכם עקב הפרתו על ידי משרד הפרסום הכלל כמפורט בהסכם (מסמך ה').

11. התמורה

א. בכפוף למילוי כל התחייבויותיו של הזוכה לפי תנאי מכרז זה ולפי תנאי ההסכם על נספחיהם לשביעות רצונה המלא של האוניברסיטה, תשלם האוניברסיטה לזוכה את התמורה כמפורט להלן (להלן: "התמורה"):

1) עבור שירותי הפרסום ורכש המדיה - ישולמו לזוכה 2 הרכיבים להלן-
א. התמורה לאמצעי התקשורת- שתיקבע בהתאם למחירון אמצעי התקשורת כפי שיהיה בתוקף בעת מועד הפרסום, בניכוי אחוז ההנחה מן המחירון של אמצעי התקשורת כמפורט בטבלת הפרסום ורכש המדיה, אותו מתחייב המציע להעניק לאוניברסיטה בגין שירותי רכש המדיה, או אחוז גבוה מזה שהוצע-כפי שיוסכם בין הצדדים (להלן: "התמורה לאמצעי התקשורת").

2) שיעור עמלה אחיד בגובה 8% מן התמורה לאמצעי התקשורת, כהגדרתה לעיל אשר יהווה את דמי השירות להם יהיה זכאי הזוכה בגין שירותי הפרסום הנלווים לרכש המדיה כגון – פלנינג, קריאטיב, עיצוב וכיו"ב כמפורט במפרט השירות וההצעה הכספית נספח 1 למסמך ב' (להלן: "דמי שירות"). עבור שירותי פרסום נוספים- במידה שהאוניברסיטה תבחר, על פי שיקול דעתה הבלעדי והמוחלט, להשתמש בשירותי פרסום נוספים של הזוכה, ישולם לזוכה המחיר שהוצע על ידו לרכיבים הנכללים בטבלאות "שירותי הפרסום הנוספים" שבמפרט השירות המצורף להסכם זה כנספח א' בהתאם לסוג הרכיבים שיוזמנו ולכמותם, או כל מחיר אחר שעליו יסכימו הצדדים במסגרת מו"מ ביניהם ושכל מקרה לא יעלה על המחיר המוצע האמור. בגין שירותים אלו לא יהיה זכאי הזוכה לעמלה או תמורה נוספת.

ב. במידה והאוניברסיטה תתקשר במישרין עם אמצעי התקשורת כמצויין בסעיף 5(ג) לעיל, תהא רשאית האוניברסיטה לחייב את החברה הזוכה לספק לה את שירותי הפרסום הנלווים לרכש המדיה וזאת בתמורה ל"דמי השירות" כהגדרתם לעיל, שיחושבו כשיעור עמלה אחיד בגובה 8% מן הסכום אותו תשלם האוניברסיטה לאמצעי התקשורת.

ג. במידה ויידרש רכש מדיה באמצעי תקשורת שאינו מנוי בטבלת הפרסום ורכש המדיה, תידרש החברה הזוכה לנהל מו"מ עם אמצעי התקשורת לצורך קבלת המחיר הנמוך ביותר ולהציעו לאוניברסיטה. במידה והאוניברסיטה תהיה מעוניינת לבצע את רכש המדיה במחיר זה, התמורה תורכב מן המחיר שיוסכם בין הצדדים שיהווה את התמורה לאמצעי התקשורת, בתוספת "דמי השירות" כהגדרתם לעיל.

ד. מובהר כי התמורה כאמור לעיל, הינה בגין מלוא "השירות", על כל מרכיביו ועלויותיו, ובכלל זה הגדרת הקו הפרסומי, קריאטיב, עיצוב וגרפיקה, תכנון מדיה, תכנות, הפקות אינטרנט ואחסון קמפיינים במסגרת הזוכה וכל שירות נלווה אחר שנדרש במסגרת מכרז זה על נספחיו תוך עמידה בלוחות זמנים הנקובים בנספח ה'.

ה. התמורה כאמור, הינה סופית ולא תתווסף עליה כל תוספת באשר היא.

ו. הזוכה ישא בכל העלויות הכרוכות בפרסום חוזר ו/או תיקון לפרסום בו נפלה טעות וכן יישא בקנסות בגין אי עמידה בלוחות זמנים כמפורט בהסכם מסמך ה', על כל המשתמע מכך.

ז. התמורה כהגדרתה לעיל, על כלל מרכיביה, תשולם לזוכה בריכוז חודשי, בתנאי שוטף + 60 יום ממועד קבלת החשבונית באוניברסיטה, בתוספת מע"מ כשיעורו בדין במועד הוצאת החשבונית.

- ת. למען הסר ספק, מובהר כי התשלום בגין שירותי הפרסום ורכש המדיה על שני מרכיביו- דמי השירות והתמורה לאמצעי התקשורת, יועבר גם הוא על ידי האוניברסיטה לזוכה באותם תנאים ומועדים כאמור בס"ק ז' לעיל, זאת לצורך העברת התמורה לאמצעי התקשורת על ידי הזוכה וכל זאת-בלבד שלא נפלו בפרסום טעויות ולא נתגלעו חילוקי דעות לגבי הפרסום.
- ט. מבלי לגרוע מן האמור בס"ק ח' לעיל, מובהר כי הזוכה יהא רשאי לסכם עם אמצעי התקשורת מועדי תשלום אחרים להעברת התמורה לאמצעי התקשורת, ובמידה שיעשה כן, יהא אחראי באופן בלעדי על עמידתו במועדי התשלום שסוכמו, זאת אף אם המועדים שסיכם עם אמצעי התקשורת יקדימו את מועד העברת התמורה אליו על ידי האוניברסיטה.
- י. מאחר שהתמורה לאמצעי התקשורת תועבר באמצעות הזוכה, יהא הזוכה אחראי כלפי האוניברסיטה, באחריות מוחלטת, להעברת תשלום זה לאמצעי התקשורת כאמור בגין הפרסום בו (בין באמצעותו ובין באמצעות סוכניו של אמצעי התקשורת) ולכל נזק ו/או הפסד שייגרמו לאוניברסיטה בקשר עם העברת התשלום ו/או אי עמידה במועדי התשלום.
- יא. תנאי להעברת התשלום בגין שירותי הפרסום ורכש המדיה יהא הצגת חשבון מפורט לאוניברסיטה לפי תאריכי פרסום שיציג בין היתר את אחוזי ההנחה שניתנו, את מחירי המחירון העדכניים ואת רכיב העמלה, במצורף לתגזיר ו/או העתק הפרסום המקורי באמצעי התקשורת, הזמנת עבודה חתומה ע"י הגורם האחראי באוניברסיטה חיפה ואישור תקף לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים (אכיפת ניהול חשבונות ותשלום חובות מס), תשל"ו-1976 והתקנות שהותקנו על פיו.

12. ערבות בנקאית

- א. מגיש הצעה למכרז יצרף אליה ערבות בנקאית בנוסח המופיע **במסמך ג'** של "מסמכי המכרז" בסך 20,000 ₪ (עשרים אלף ש"ח) (להלן: "**ערבות ההצעה**"). ערבות ההצעה תעמוד בתוקפה עד למועד המצוין בנוסח ערבות ההצעה כאמור במסמך ג' למסמכי המכרז.
- המציעים מתבקשים שלא לבצע כל שינוי ו/או תוספת בנוסח הערבות מסמך ג'. מובהר כי כל שינוי ו/או תוספת כאמור עשויים להוביל לפסילת ההצעה לפי שיקול דעתה הבלעדי של האוניברסיטה.**
- ב. לא זכה מגיש הצעה במכרז - תוחזר לו הערבות תוך 30 יום ממועד החלטת האוניברסיטה.
- ג. לא קיים הזוכה הצעתו ו/או לא חתם על ההסכם במועד ו/או חזר בו מהצעתו ו/או נהג במהלך המכרז בחוסר נקיון כפיים ו/או מסר מידע מטעה ו/או מידע מהותי בלתי מדויק, תהא רשאית האוניברסיטה לחלט את ערבות ההצעה כולה לטובת האוניברסיטה כפיצוי קבוע ומוסכם מראש בגין נזקי האוניברסיטה כתוצאה מכך, ללא צורך בהוכחת נזק. אין בחילוט ערבות ההצעה כאמור כדי לגרוע מזכות האוניברסיטה לתבוע בגין נזקים שנגרמו לה כתוצאה ממעשי המציע, אם עלו הנזקים על סכום ערבות ההצעה.
- ד. בד בבד עם חתימת הזוכה על ההסכם, ימציא הזוכה לאוניברסיטה ערבות בנקאית צמודה בנוסח המופיע במסמכי המכרז **כמסמך ד'** בסך של 50,000 ש"ח (חמישים אלף שקלים חדשים), אשר תשמש כבטוחה למילוי כל אחת מהתחייבויותיו של הזוכה על פי ההסכם (מסמך ה'). ולהבטחת אחריות טיב ביצוע השירות על ידי הזוכה (להלן: "**ערבות הביצוע**"). ערבות הביצוע, כמפורט בס"ק זה, תעמוד בתוקף עד חלוף 90 יום מתום תקופת ההתקשרות הנקובה בהסכם (מסמך ה') ותהיה צמודה למדד המחירים לצרכן.

13. התחייבות הזוכה במכרז

א. בתוך 10 ימים ממועד הודעת הזכייה במכרז לזוכה, או במועד אחר שיקבע ע"י האוניברסיטה, הזוכה מתחייב לחתום על כל הנספחים ועל כל מסמך שיידרש לשם ביצוע והוצאה לפועל של הזכייה במכרז וכן להמציא לאוניברסיטה את ערבות הביצוע, כאמור בסעיף 12.ד' לעיל.

ב. הזוכה מתחייב בזאת לחתום על ההסכם בנוסח המצורף כמסמך ה', ובכפוף לזכות האוניברסיטה לעשות שינויים ו/או תוספות בנוסחו בהתאם לנדרש על פי הליכי המכרז.

14. מבלי לגרוע מן האמור במסמכי המכרז בכלל ובמסמך ה' בפרט, מופנית בזה תשומת לב המציע לתנאים הרשומים מטה, והמציע מסכים מראש כי:

א. תיקון טעות

כל טעות חשבון, שתתגלה בהצעה, תתוקן, וכן יתוקן בהתאם הסכום הכללי של ההצעה.

ב. מסים

כל המסים הממשלתיים ותשלומי החובה יכללו במחירים המוצעים למעט מע"מ.

15. זמן תוקפה של הצעה למכרז וביטולה

א. תוקפה של הצעה למכרז יהא 120 יום מהמועד האחרון להגשת ההצעות למכרז.

ב. לא נסתיימו הליכי אישור המכרז תוך 120 יום מהמועד האחרון להגשת ההצעות, רשאי המציע לבטל את הצעתו ולקבל את הערבות הבנקאית שהפקיד בחזרה לרשותו.

ג. בחלוף 120 ימים כאמור וכל עוד לא נבחר זוכה במכרז, רשאי המציע לשלוח הודעה בכתב למכרז ועדת מכרזים באוניברסיטה לפיה תבוטל ההצעה בתאריך קבלת הודעת הביטול.

16. מועד וכתובת להגשת הצעות למכרז

א. את ההצעה למכרז יש להגיש במעטפה סגורה לתיבת המכרזים באגף משק ומבנים באוניברסיטת חיפה, חדר- 202 בבניין הראשי, עד ליום א' 01.02.2015 בשעה 12:00.

ב. הצעה למכרז שתגיע לאחר מועד זה לא תובא לדיון. ההצעה למכרז על כל נספחיה וצרופותיה, תושם במעטפה סגורה עליה ירשם מספר המכרז ונושא המכרז.

17. הבהרות

א. לשאלות ובירורים בנוגע למסמכי המכרז ניתן לפנות עד ליום ה' 15.01.2015 בשעה 16:00 לגב' ג'ולי ראוטיאו בן ארוש. פניות תעשנה בכתב בלבד לפקס' 04-8288240 ו/או בדוא"ל: jrautio@univ.haifa.ac.il

כל התשובות לשאלות ירוכזו במסמכי הבהרות ויופצו לכל המשתתפים באמצעות פקס או דוא"ל ויפורסמו באתר האינטרנט של האוניברסיטה.

רק תשובות בכתב תחייבנה לעניין הזמנה זו.

- א. האוניברסיטה שומרת לעצמה את הזכות המלאה לפסול כל הצעה אשר תיערך ותוגש שלא באופן, בתנאים ועפ"י הוראות כתב הוראות זה. האוניברסיטה תהיה רשאית שלא להתייחס להצעה בלתי סבירה ו/או להצעה שאין בה התייחסות לאחד מסעיפי ההזמנה ו/או להצעה שלא צורפו אליה כל המסמכים שנדרשו לפי הזמנה זו ו/או לא להתחשב בהצעה שהיא בלתי סבירה מבחינת המחיר לעומת מהות ההצעה, תנאיה, חוסר התייחסות מפורטת לסעיף מסעיפי המכרז, שלדעת האוניברסיטה מונע הערכת ההצעה כדבעי.
- ב. האוניברסיטה תהא רשאית לפנות במהלך בדיקת ההצעות אל כל מציע, כדי לקבל הבהרות או כדי להסיר אי בהירויות המתעוררות בעת בדיקת ההצעות ובכלל זה תהא רשאית לדרוש ממציע השלמת מידע ו/או מסמכים בהתאם לשיקול דעתה.
- ג. האוניברסיטה אינה מתחייבת לקבל ההצעה הזולה ביותר או כל הצעה אחרת שהיא. אין בעצם פרסום המכרז משום התחייבות מצד האוניברסיטה להתקשר על פיו.
- ד. האוניברסיטה שומרת לעצמה הזכות ותהא רשאית לשנות את היקף השירות נשוא מכרז זה. הזוכה לא יהיה זכאי לכל פיצוי עבור הקטנת היקף השירות כאמור ו/או הקטנת היקף התקציב לפרסום של האוניברסיטה.
- ה. **האוניברסיטה שומרת לעצמה הזכות לנהל מו"מ עם מציע או מציעים אשר הצעתם מקנה לאוניברסיטה, לפי שיקול דעתה, את מירב היתרונות.**
- ו. תשומת לב המציעים מופנית לדרישות האוניברסיטה לקיום ביטוחים על ידי המציע שיזכה במכרז, המפורטות בסעיף 16 להסכם מסמך ה' ובנספח הביטוח המצורף אליו. על המציעים לוודא מראש עם מבטחיהם את יכולתם לרכוש את הביטוחים הנדרשים. כל הסתייגות לגבי דרישות הביטוח יש להעלות במסגרת הפניה להבהרות ובתוך המועד שנקבע לכך בסעיף 17 לעיל. לאחר מועד ההבהרות לא תתקבלנה כל הסתייגויות לדרישות הביטוח.
- ז. האוניברסיטה תאפשר עיון במסמכי ההצעה הזוכה במכרז למשתתפים תמורת עלות של 300 שקלים. מציע המבקש לשמור בסוד את הצעתו או חלקים ממנה יציין מראש, עם הגשת הצעתו למכרז, מהם החלקים בהצעתו שהם בבחינת סוד מסחרי. המציע מסכים ומאשר, כי שיקול הדעת הבלעדי בעניין מימוש זכות העיון בהצעה הזוכה מוקנה לאוניברסיטה והמציע מוותר על כל טענה ו/או תביעה כלפי האוניברסיטה בעניין זה.
- ח. סמכות השיפוט הייחודית בכל הקשור לנושאים ולעניינים הנובעים ו/או הקשורים למכרז ו/או להסכם תהא לבית המשפט המוסמך בעיר חיפה בלבד.
- בין אם בחרתם להשתתף במכרז ובין אם לאו, הנכם מתבקשים להחזיר לאוניברסיטה את כל מסמכי המכרז שהומצאו לכם בהיותם רכוש האוניברסיטה.

אנו מאשרים ומסכימים לאמור לעיל.

חתימה	כתובת	שם מגיש ההצעה
	חותמת	תאריך

אוניברסיטת חיפה

מכרז מס' 299/14

בנושא: אספקת שירותי פרסום לאוניברסיטת חיפה

הצעה למכרז מס' 299/14

לכבוד
אוניברסיטת חיפה
שדרות אבא חושי
ח י פ ה

א.נ.

הנדון: הצעה למכרז מס' 299/14 לאספקת שירותי פרסום עבור אוניברסיטת חיפה

1. אנו הח"מ
- | שם | כתובת |
|--|----------------|
| מס' זיהוי/מס' רישום של חברה, שותפות או אגודה שיתופית | מס' עוסק מורשה |
- לאחר שקראנו, בחרנו ובדקנו בתשומת לב ובקפדנות את כתב ההוראות למגישי הצעות למכרז (להלן: "כתב ההוראות"), את ההסכם נשוא המכרז (להלן: "ההסכם") ונוסח הערבויות הבנקאיות המבוקשות ולאחר שקיבלנו את כל ההסברים הדרושים אותם ביקשנו מכס, מציעים בזאת הצעתנו, לאספקת שירותי פרסום עבור אוניברסיטת חיפה, בתנאים וכמפורט במסמכי המכרז.
2. אנו מצהירים כי:
- א. כי היננו בעלי ידע, כח האדם, ניסיון, מיומנות, מומחיות, כישורים, חומרים, ציוד, והרשאה כדין לבצע את השירות ברמה מקצועית גבוהה במיומנות, בנאמנות, מהימנות ובמומחיות תוך שמירה על האינטרסים של האוניברסיטה.
 - ב. אנו מצהירים כי אנו עונים, בין השאר, על הדרישות המפורטות בכתב ההוראות וברשותנו כוח האדם המיומן, הציוד, האביזרים והחומרים היעילים השונים, המתאימים לדרישות ההסכם, מסמך ה', למסמכי המכרז, על נספחיו, מסוג, בכמות ובמספר הדרושים, על מנת לספק את השירות בצורה יעילה.
 - ג. אנו מצהירים כי הננו עומדים בכל דרישות הסף המנויות במסמך א'. מבלי לגרוע מהאמור לעיל, אנו מצהירים כי-
- (1) יש בידינו כל האישורים הנדרשים לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, התשלי"ו-1976 על תקנותיו.
- (2) חברתנו רשומה בכל מירשם המתנהל על פי דין הצריך לענין נושא ההתקשרות וכן יש בידינו כל הרישיונות הנדרשים על פי דין.

3) במשרדנו מחלקת אינטרנט פעילה ואנו לא מבצעים שירותים אלו באמצעות קבלן משנה. הלקוחות להם נתנו שירותי פרסום באינטרנט בשנתיים האחרונות נימנים:

.....
 את הפרסום האמור ניתן לראות ב-

4) במשרדנו יש מחלקת מדיה אשר הנה בעלת ניסיון של לפחות 3 שנים בתכנון ובניית תמהיל מדיה.

5) היקף המחזור הכספי השנתי של חברתנו עמד על סך של 8,000,000 שקלים חדשים בכל אחת מן השנים 2011-2013. רצ"ב להצעתנו אישור רו"ח כנדרש.

6) משרדנו בעל ניסיון של לפחות שלוש השנים שקדמו למועד האחרון להגשת ההצעות, במתן שירותי פרסום ושבמהלכן נתן משרדנו שירותי פרסום לשני לקוחות לפחות שתקציב הפרסום השנתי של כל אחד מהם עלה על 2.5 מליון שקלים חדשים. להלן רשימת הלקוחות כאמור:

שם הלקוח	תקופת מתן השירותים	מהות השירותים	תקציב פרסום שנתי	פרטי איש קשר ממליץ

• רצ"ב המלצות כתובות מטעם לקוחות אלו.

• רצ"ב תיק עבודות הכולל מצגת שהוכנה על ידינו עבור הלקוח _____, בצירוף ניתוח התוצאות של המהלך השיווקי שהוכן עבור אותו לקוח, כולל עותק ממוחשב על גבי דיסק.

3. לצורך הוכחת תנאי הסף שבסעיפים 4(ה)-4(ו) בדבר היעדר ניגוד עניינים אנו מצרפים להצעתנו זו התחייבות שמירת סודיות והימנעות מניגוד עניינים, נספח 2 למסמך ב' התומה כדין. אנו מקבלים על עצמנו את חובת הסודיות והימנעות מניגוד עניינים ומתחייבים שלא להעביר כל מידע הקשור לאוניברסיטה שיגיע לידינו במסגרת הליך מכרז זה.

4. אנו מאשרים כי קראנו בעיון את כל מסמכי המכרז לרבות נוסח ההסכם מסמך ה' על כל נספחיהם, ואנו מאשרים כי ביכולתנו לעמוד בדרישות ובתנאים, כמפורט בהסכם כאמור.

5. להלן פרטים כלליים אודות משרדנו:

- שנות ניסיון המשרד בתחום הפרסום _____
- מספר עובדים במשרד נכון למועד הגשת ההצעה _____
- מיקום המשרד _____
- ניסיון קודם עם מוסדות להשכלה גבוהה _____

6. אנו מתחייבים כי כל הגורמים המקצועיים הנדרשים למתן "השירות" זמינים ועומדים לרשותנו ואנו אחראים על איכות שרותיהם לשביעות רצון המלאה של אוניברסיטת חיפה.

הגורם הבכיר שירכז במשרדנו את ענייני ההתקשרות עם האוניברסיטה במידה ותזכה הצעתנו, הינו _____, שתפקידו והנו בעל מניות / מנהל בכיר במציע (בחר את האופציה הנכונה).

אנו מתחייבים כי במידה ונזכה במכרז נעמיד במשרדנו צוות של עובדים כדלקמן (להלן: "הצוות"):

שם מלא	תפקיד בצוות	שנות ותק בענף
1	סופרוויזור	
2	תקציבאי	
3	תקציבאי	

מצורפים להצעתנו קורות חייהם ותעודות רלוונטיות של התקציבאים והסופרוויזור כאמור.

במידה והצעתנו תזכה במכרז אנשי הצוות כאמור יהיו זמינים לפניית נציגי האוניברסיטה, וכן יקחו חלק בפגישות באוניברסיטה, הכל כמפורט במסמכי המכרז וההסכם.

7. כל תנאי המכרז על היבטיו והשלכותיו נהירים לנו ומקובלים עלינו, לרבות התמורה בגין "השירות" (דמי השירות) ואופן ותנאי תשלומה. להוציא את התמורה האמורה, לא תשולם לנו כל תמורה נוספת.

8. הצעתנו מביאה בחשבון את מכלול העלויות וההוצאות שיחולו על ביצוע השירות (הישירות והעקיפות) כמפורט בנספח 1 וכן את מרכיב הרווח, וכוללת את מלוא התמורה לה נהיה זכאים עבור ביצוע השירות בהתאם למסמכי המכרז, ההסכם ונספחיהם.

9. אחוזי ההנחה המוצעים על ידינו מן המחירון של אמצעי התקשורת השונים מפורטים בעמודה הרלוונטית בטבלת הפרסום ורכש המדיה בנספח 1 הרצ"ב. אנו מתחייבים כי במשך כל תקופת ההתקשרות תהנה האוניברסיטה מאחוזי ההנחה המוצעים, ובכל מקרה כי אחוזי ההנחה שתקבל במסגרת הפרסום ורכש המדיה לא יפחתו מאחוז ההנחה הנקוב בהצעתנו. אחוזי ההנחה ינוכו ממחירון אמצעי התקשורת כפי שיהיה בתוקף בעת מועד הפרסום.

10. המחירים המוצעים על ידינו עבור כל אחד מן השירותים בטבלאות שירותי הפרסום הנוספים מפורטים בעמודה הרלוונטית בטבלאות שבנספח 1 הרצ"ב. אנו מודעים לכך כי במידה ונזכה והאוניברסיטה תחליט, לפי שיקול דעתה הבלעדי, להשתמש בשירותים אלו- נהיה מחויבים לספק אותם במחירים המוצעים. המחירים המוצעים לא יכללו מע"מ, והמע"מ יתווסף אליהם לפי שיעורו בדין במועד הוצאת החשבונית.

11. אנו מאשרים כי נהיר לנו שסכום תקציב הפרסום המיועד הנקוב בכתב ההוראות וכי נפחי הפרסום הנקובים בנספח השירות ובמסמכי המכרז הינם הערכה בלבד, וצפויים לגדול/לקטון במהלך תקופת ההתקשרות ובכל מקרה הם לא מהווים התחייבות של האוניברסיטה לסכום ו/או היקף כלשהם, וכי שיקולי הכדאיות בהגשת הצעתנו למכרז זה נעשו על ידינו, על סמך נסיוננו המקצועי, ועל אחריותנו בלבד וגם במידה ונפחי הפרסום כאמור ישתנו אנו מתחייבים למחירים אשר ננקבו על ידינו במסגרת הצעתנו.

12. אם נעלה לשלב המיון השני (שלב ב'), אנו מתחייבים להציג בפני האוניברסיטה מצגת על פי הברף שתענה לצרכים ולאתגרים כפי שיוצגו לנו על ידי נציגים.

13. אנו מצרפים להצעתנו כחלק בלתי נפרד הימנה, ערבות בנקאית צמודה למדד המחירים לצרכן על סך 20,000 ₪ (עשרים אלף שקלים) להבטחת קיום הצעתנו, אם נזכה במכרז, ולהבטחת חתימתנו על ההסכם בתוך שבועיים מהמועד בו יודע לנו על ידכם כי זכינו במכרז. כן מיועדת הערבות הבנקאית להבטחת תוקפה של הצעתנו לתקופה של 120 יום מהמועד האחרון להגשת הצעות במכרז.

14. ידוע לנו, ואנו מסכימים לכך ומאשרים בזאת, כי במקרה שזוכה במכרז ולא נקיים הצעתנו ו/או לא נחתום על ההסכם במועד הקבוע לכך כאמור, הנכם זכאים לחלט ערבות זו, וזאת כפיצוי קבוע ומוסכם מראש בגין נזקיכם כתוצאה מכך, וכי אין בחילוט האמור כדי לגרוע מזכויותיכם לתבוע מאיתנו פיצוי בגין נזק העולה ל סכום הערבות. אנו מסכימים לכך ומתחייבים בזאת, כי במקרה ונזכה במכרז נגדיל את הערבות לסכום בגובה של 50,000 ₪ (חמישים אלף שקל) וערבותנו זו תשמש כבטוחה למילוי כל התחייבויותינו על פי ההסכם, מסמך ה'. ערבות זו תהיה צמודה למדד המחירים לצרכן, ותהיה בתוקף עד 3 חודשים לאחר תום תקופת ההסכם.

15. אנו מסכימים לניהול המכרז, בתנאים המפורטים בכתב ההוראות למגישי הצעות, ומתחייבים למלא אחר כל הוראות כתב זה החלות על המשתתפים במכרז ו/או על משתתף במכרז שנבחר לזוכה במכרז.

16. אנו מתחייבים לחתום על ההסכם בנוסח ובתנאים של נוסח ההסכם הכלול בין "מסמכי המכרז" ומצוין כמסמך ה', לא יאוחר מתום שבועיים מהיום בו יודע לנו על ידכם כי זכינו במכרז, כפי שתמצאו לנכון ולהתחיל במתן השירות ביום בו תורה לנו האוניברסיטה.
17. אנו מאשרים ומסכימים שהצעתנו זו תישאר בתוקפה ופתוחה לקבלה על ידכם למשך 120 יום מהמועד האחרון להגשת הצעות למכרז כנקוב בכתב ההוראות.
18. אנו מצרפים להצעתנו כחלק בלתי נפרד הימנה את כל המסמכים המנויים בסעיף 7(ח) לכתב ההוראות מסמך א'.

חתימת מגיש הצעה _____

חותמת _____

תאריך _____

מפרט השירות וההצעה הכספית

השירותים המבוקשים במסגרת המכרז, מפורטים להלן :

1. שירותי פרסום ורכש מדיה

פרסום בארץ מטעם ועבור האוניברסיטה, עבור המחלקה לשיווק ועידוד הרשמה, הפקולטות והחוגים באוניברסיטת חיפה באמצעי התקשורת השונים המפורטים בטבלה להלן, לרבות שירותים נלווים לפרסום. השירותים יכללו בין היתר :

- א. תכנון אסטרטגי, ניתוח שווקים נוכחיים ופוטנציאליים והכנת תוכנית פרסום לאוניברסיטת חיפה וליחידותיה.
- ב. העמדת מלוא הידע והניסיון שצבר המשרד בתחומי הפרסום והמדיה השונים, יישומם בבניית הקו הפרסומי שיגובש עבור האוניברסיטה ומתן ייעוץ אסטרטגי ותדמיתי שוטף לקידום צרכיה.
- ג. הכנת תקציב מפורט עפ"י תוכנית הפרסום הכולל: אומדן עלויות והוצאות של כל שירותי הפרסום באופן מפורט ומדויק, לרבות עלויות אמצעי הפרסום וחומרי הפרסום הנדרשים, תוך הבטחת קבלת המחירים והתנאים הנוחים ביותר אותם ניתן להשיג בשוק, לרבות ניהול מו"מ כמתבקש וכמפורט במסמכי המכרז וההסכם.
- ד. משרד הפרסום יתווך בין האוניברסיטה ל"אמצעי התקשורת" השונים, לקבלת ההצעות הטובות ביותר (מסחרית וכלכלית) לפרסום. בנוסף, משרד הפרסום יקח חלק, אם יתבקש, בפגישות משותפות של נציגי "אמצעי התקשורת" ונציגי האוניברסיטה, ויסייע במו"מ כנציג האוניברסיטה, לכל דבר וענין.
- ה. הגשת תכנית פרסום ופריסה מלאה באמצעי מדיה שונים כולל פירוט על המיקום מודעות ובאנרים, שיבוצי תשדירים וכן זמני הופעתם.
- ו. הוצאה אל הפועל של תוכנית הפרסום, לאחר שאושרה ע"י הנציג האוניברסיטה ובמסגרת התקציב המאושר, בתחומי המדיה השונים, לרבות:

רדיו
עיתונות מודפסת
שילוט חוצות
שילוט רכבות ואוטובוסים
סלולר
אתרי אינטרנט, לרבות אך לא רק :
אתרי אינטרנט בפריסה ארצית
אתרי אינטרנט בפריסה מקומית
אתרים מקצועיים
אינדקס לימודים
רשתות חברתיות, לרבות אך לא רק :
פייסבוק FACEBOOK
לינקד אין LINKED IN
יוטיוב YOU TUBE

- ז. ביצוע עיצוב גרפי של העבודה הקריאטיבית והרעיונית הכרוכה בפרסום במדיה, לרבות כתיבת קופי בעברית או לועזית, גרפיקה, הגהה, תרגום מעברית ללועזית ומלועזית לעברית, "הסדר", עיצוב והפקות קמפיילים לאינטרנט, תכנות ואחסון הקמפיילים במהלך תקופת הקמפיין ולאחריו ברשות הזוכה. מובהר כי כל העבודות המפורטות בסעיף זה תבוצענה באחריות משרד הפרסום הזוכה ועל חשבונו.
- ח. ביצוע מחקר מילים, יחסי המרה ובקרה על רשתות שותפים וכיו"ב.

ט. בדיקה, אימות ופיקוח על טיב הביצוע של מודעות בעיתונות הכתובה, פרסום חוצות, תשדירי רדיו וטלוויזיה, הקרנות קמפיינים באינטרנט, או אמצעים אחרים שהוצאו לפועל ע"י "אמצעי התקשורת", על סוכניו וקבלניו, בצורה שבה נעשה הדבר בדרך כלל ע"י מפרסם ברמה הגבוהה ביותר, ובאופן המקצועי ביותר.

(1) פיקוח ובקרה על תהליך הביצוע ואפקטיביות הפרסום, לרבות אך לא רק: בחינת כמויות הלידים הנכנסים למוקדי המכירות של האוניברסיטה בחינת איכות הלידים הנכנסים: רלוונטיות הלידים ורישום ללימודים באוניברסיטה.

- י. הקמת מערכות בקרה וממשק ניהול לידים לבחינת כל הקמפיינים ואחריות על ריכוז הלידים והעברת גישה אליהם לאוניברסיטה.
- יא. אספקה, שמירה ואחזקה הולמת של כל החומרים המשמשים ליצירת פירסומות לרבות סרטי-קול, קלטות תקליטורים, סקיצות, ציורים, צילומים, פילמים (תשלילים), הפרדות צבע, שקופיות, גלופות, וכיוצ"ב, שהינם רכוש האוניברסיטה, והבטחת החזרתם לאוניברסיטה אחרי השימוש בהם ע"י צד שלישי לצורך הפירסום, או שמירתם והעמדתם לרשות האוניברסיטה בכל עת לפי דרישתה, גם בתום הסכם זה.
- יב. מתן דו"חות שבועיים, רבעוניים ושנתיים וכפי שיידרש על ידי האוניברסיטה, והערכות מפורטות על ביצוע התוכניות שאושרו על ידה ותוצאותיהן, כמו גם דיווח על השימוש בתקציב שאושר לכך ו/או חריגה כלשהי מהתקציב או מלוחות זמנים שנקבעו ואושרו.
- יג. העברת פרזנטציית מתחרים לאוניברסיטה באופן שוטף אחת לרבעון (המצגת תכלול נתונים אודות הוצאות מדיה, קמפיינים, ערוצי פעילות, ניתוח קריאיטיבי, ניתוח אסטרטגי של מתחרים וכדומה). המצגת תכלול נתונים על בסיס יפעת בקרת פרסום. למצגת זו יגיע מנהל מחברת רכש/תכנון המדיה או לחילופין מנהל רכש/תכנון המדיה בחברה ופעם בחצי שנה ספציפית בנוגע לנתוני האוניברסיטה ביחס לתקופת הדיווח הקודמת.
- יד. הדרכת האוניברסיטה בתחומים השונים לרבות במדיות חדשות.

2. במסגרת העבודה השוטפת עם משרד הפרסום:

- א. תתקיימה ישיבות שבועיות וישיבות נוספות על-פי הצורך. הישיבות תתקיימנה במשרד האוניברסיטה ובהתאם לצרכיה.
- ב. נציגת האוניברסיטה האחראית ליישום תהליכי העבודה השוטפים במסגרת ההסכם היא מנהלת המחלקה לשיווק ועידוד הרשמה באוניברסיטת חיפה בהתאם יעבוד משרד הפרסום ישירות מול המחלקה לשיווק ועידוד הרשמה וייגש על פי הצורך בהתאם להנחיות המחלקה לשיווק ועידוד הרשמה, עם גורמים נוספים באוניברסיטה.

3. מבלי לגרוע מן האמור לעיל ומן האמור במסמכי המכרז וההסכם, במסגרת השירות לפי מכרז זה יידרש משרד הפרסום לקיים גם את התנאים כדלקמן:

- א. לעמוד בדרישות איכות שירות גבוהות, לרבות עמידה בלוי"ז כפי שמפורט בנספח ה' להסכם, הקפדה על הגהות ומניעת טעויות. ללמוד ולהכיר את תחום ההשכלה הגבוהה בישראל והלכי הרוח בנושא זה בציבור.
- ב. לאספקה, שמירה ואחזקה הולמת של כל החומרים המשמשים ליצירת פרסום על כל סוגיו ומרכיביו.
- ג. משרד הפרסום ילמד המאפיינים, הצרכים, המטרות והאילוצים העומדים בפני האוניברסיטה באמצעות פגישות עם גורמים בהנהלה ונציגי היחידות ויציע קו פרסומי.
- ד. משרד הפרסום ילמד ויכיר את צורכי האוניברסיטה, על יחידותיה באופן מעמיק- על רקע שוק ההשכלה הגבוהה בכלל, ייחודו של כל מוסד להשכלה והלכי הרוח והעדפות הסטודנטים הפוטנציאליים בפרט.
- ה. משרד הפרסום ילמד את הצרכים, המטרות והאתגרים הרלוונטיים של כל אחת מיחידות האוניברסיטה עבורה יידרש קמפיין פרסומי, יגבש ויציע קו פרסומי מתאים, שישתלב בקו הפרסומי הכלל אונברסיטאי בהתאם לבריף שיצורף כנספח ג' להסכם.

1. משרד הפרסום יישם התגובות וההערות שיתקבלו מגורמים אלה, ויגבש קו פרסומי כללי אוניברסיטאי על כל סממניו ונילווייו, שיהווה בסיס ומסגרת לאופן בו תוצג האוניברסיטה בכלי התקשורת והמדיה השונים.
2. משרד הפרסום ייתן דו"חות כפי שיידרש על ידי האוניברסיטה והערכות מפורטות על ביצוע התוכניות שאושרו על תוצאותיהן, ייצג את האוניברסיטה במו"מ מסחרי מול אמצעי התקשורת וספקים אחרים לקבלת התנאים האופטימאליים, ויתווך בין האוניברסיטה לאמצעי התקשורת וכיו"ב- הכל כמפורט במסמכי המכרז וההסכם.

4. פרסום מודעות אבל

במידה ואוניברסיטת חיפה תחליט לפרסם מודעות אבל באמצעות משרד הפרסום, משרד הפרסום מתחייב למסור, במידה ויתבקש לעשות כן, מודעות אבל מטעם האוניברסיטה לפרסום מידי ודחוף בעיתונות ובלבד שהודעת האוניברסיטה, בעל פה או בכתב לפי העניין, על הצורך בפרסום מודעה כאמור, תימסר למשרד הפרסום לפני השעה 20:00 (לפרסום למחרת היום בעיתוני הצהריים) ולפני השעה 19:00 (לפרסום למחרת היום בעיתוני הבוקר). אין באמור בכדי להטיל על האוניברסיטה עלות נוספת, או לזכות את משרד הפרסום בתמורה נוספת. המועדים הנקובים בסעיף זה באשר לפרסום מודעות אבל יחייבו את משרד הפרסום למרות האמור בנספח לוחות הזמנים ותהליכי עבודה ה' להסכם.

פירוט לגבי שירותי הפרסום הנוספים מופיע בסעיף ב' להצעה הכספית להלן.

ההצעה הכספית

הוראות למילוי ההצעה הכספית-

- א. יש למלא עבור כל אחד מן הפריטים שבטבלת הפרסים ורכש המדיה (חלק א') את אחוז ההנחה המוצע. לצורך טבלה זו – "אחוז ההנחה המוצע" הנו אחוז ההנחה מן המחירון של אמצעי התקשורת השונים המפורטים בטבלה (או אחוז הנחה גבוה מזה), אותו מתחייב המציע להעניק לאוניברסיטה בגין שירותי הפרסום ורכש המדיה.
- ב. ההנחה תינקב לגבי כל "אמצעי תקשורת" בנפרד (ובעיתונות הכתובה – לכל המדורים והמוספים) במקום המיועד בטבלה לצד שם אמצעי התקשורת הרלוונטי באופן בו אחוז ההנחה לכל המדורים, המוספים וסוגי הפרסומים בכל אחד מאמצעי התקשורת – יהא אחיד.
- ג. בנוסף יש למלא עבור כל אחד מן הפריטים שבטבלאות שירותי הפרסום הנוספים (חלק ב') את המחיר המוצע בשקלים חדשים כולל מע"מ.
- ד. מובהר כי יש למלא את הטבלאות בשלמותן. **לא נכתב מחיר/אחוז הנחה מוצע לגבי אילו מן הפריטים כאמור- הדבר עשוי להוביל לפסילת ההצעה.**
- ה. מובהר כי נפחי הפרסום המוערכים בכתב כמויות זה מהווים הערכה בלבד ואין בהם כדי להוות התחייבות כלשהי מצד האוניברסיטה. כן מובהר כי הפחתה או הגדלה בכמויות ו/או בנפחי הפרסום לא תחווה כל עילה לטענה כלשהי ו/או תביעה כלפי האוניברסיטה או לשינוי במחירים המוצעים והמציע הזוכה יחויב לספק את השרות במחיר/אחוז ההנחה שהוצע על ידו במסגרת כתב כמויות זה.

א. טבלת הפרסום ורכש המדיה :

אחוז ההנחה המוצע	אמצעי התקשורת		סוג המדיה	
	תעדוף האוניברסיטה המוערך	האמצעי		
	8%	ידיעות אחרונות	עיתונות ארצית יומית	עיתונות - נפח פרסום מוערך 12%
	8%	ישראל היום		
	12%	הארץ		
	4%	ג'רוזלם פוסט		
	10%	גלובס		
	5%	כל אל עראב	עיתונות ערבית	
		פנורמה		
		חדית אל נאס		
	10%	מקומוני ידיעות	מקומונים	
	9%	שוקן		
	16%	קשר עין	מורים וגננות	
		הד הגן		
		הד החינוך		
	6%	דורות	עיתונות מקצועית	
	6%	שיחות		
	6%	מידעו"ס		
	100% פרסום עיתונות			
	20%	קול ישראל	רדיו ארצי	רדיו - נפח פרסום מוערך 6%
	70%	גלגל"צ		
	10%	רדיו חיפה	רדיו מקומי	
	100% פרסום רדיו מקומי			
	16%	שילוט רכבות	שילוט	שילוט - נפח פרסום מוערך 24%
	48%	שילוט אוטובוסים		
	28%	שילוט חוצות		
	8%	לוחות מודעות		
	100% פרסום שילוט			

	9%	וואלה	מדיה אינטרנטית נפת פרסום מוערך 52%
	5%	Y-NET	
	4%	MAKO	
	4%	גוגל	
	17%	אתר הארץ	
	15%	Facebook	
	5%	linkedin	
	3%	גיאגלו	
	4%	בוקרא	
	8%	יורם	
	3%	נרשמים	
	5%	llimudim	
	5%	לימודים אינפו	
	2%	שבתון	
	3%		אפילייאט
	8%	פסק דין	אתרים מקצועיים
		לשכת המהנדסים	
		בטיפולנט	
		פסיכולוגיה עברית	
		שבתון	
		100% פרסום אינטרנט	

ב. טבלאות שירותי הפרסום הנוספים

(1) במסגרת השירותים נשוא המכרז ייתכן שיידרשו עבודות הפקות דפוס ואינטרנט, עיצוב ופעילות במדיה דיגיטלית נוספת אשר אינן נכללות בשירותי הפרסום ורכש המדיה והכוללות, בין היתר: עבודות קדם דפוס (טבלה 1), שירותים כלליים (טבלה 2), עיצוב והפקות אינטרנט (טבלה 3), עיצוב/קריאטיב (טבלה 4), סעיפי שירות קופי – רעיונות וכתובה (טבלה 5), שירותי מדיה דיגיטלית כגון ניהול דף פייסבוק, רימרקטינג וקידום אתרים SEO (טבלה 6)

(2) שירותי הפרסום הנוספים יבוצעו באופן הבא:

- 1) משרד הפרסום יקבל את הטקסטים/ בריף לעיצוב מן הגורם המזמין באוניברסיטה.
 - 2) משרד הפרסום יתאים את העיצוב לקו הפרסומי הכלל אוניברסיטאי, שיתגבש ויקבע באופן המפורט בס"ק ו' להלן, ויבצע את העבודה הקריאטיבית והרעיונית, הגרפיקה, ותהכנה לדפוס.
 - 3) משרד הפרסום יעביר את התוצר הסופי לאישור הגורם המזמין באוניברסיטה.
 - 4) משרד הפרסום יקפיד על עריכת הגהות דקדקניות בטרם יאשר הדפוס.
- (3) מובהר כי המחירים המוצעים בסעיף זה יכללו בציון המשוקלל של המציע במסגרת הבחינה המסחרית.

טבלה 1- עבודות קדם דפוס, עיצוב גראפי והכנה לדפוס:

סוג עבודה	מחיר מוצע בשי"ח (לא כולל מע"מ)
מודעת צבע עד 3A	
מודעת ש/ל עד 3A	
מודעת ש/ל עד 4A	
מודעת צבע עד 4A	
עמוד בודד בעלון/אינסרט	
כפולת עמודים בחוברת/אינסרט (דאבל)	
פולדר חד'צ	
פולדר צד נוסף	
כרזה מורכבת/שלט ענק	
שילוט חוצות -נוסף בסדרה	
שלט מדף/מדבקה	
מארז	
תעודה	
תיקון טקסט	

טבלה 2- שירותים כלליים:

גליון	½	¼	A3	A4	
					הדפסת צבע
					עמוד אייריס
					איתור ויז'ואל ישן
					ריטושים/עיבודי תמונה (לשעה)
					איתור תמונות מהמאגר

**יש למלא מחיר מוצע בשי"ח (כולל מע"מ) בכל אחד מגדלי הדפים המצוין בטבלה 2.

טבלה 3- עיצוב והפקות אינטרנט:

מחיר מוצע בש"ח (לא כולל מע"מ)	עיצוב והפקה
	באנר
	עיצוב וביצוע באנר פלאש רגיל
	עיצוב וביצוע באנר סטטי (גיף)
	עיצוב וביצוע מתפרצת (top layer)
	עיצוב וביצוע מתפרצת (top layer) עם טופס
	התאמות
	אב-טיפוס לבאנר פלאש
	התאמת גודל לבאנר פלאש
	עמוד / מיניסייט
	מיניסייט הכולל עמוד נחיתה +1 טופס
	עמוד נחיתה אחד ללא טופס
	עיצוב וביצוע כל עמוד נוסף על הראשון
	דיוורים
	עיצוב דיוור סטטי
	עיצוב דיוור עם טופס
	שעות עבודה
	שעת מעצב
	שעת מתכנת
	שעת עריכת וידאו

טבלה 4- מודעות - עיצוב/ קריאטיב:

מחיר מוצע בש"ח (לא כולל מע"מ)	תאור
	מודעות
	מודעה רעיונית דאבל צבע
	התאמת עיצוב מודעת צבע ממודעה קיימת
	שעת ביצוע סטודיו (חיוב קבוע לכל עמוד בכל עבודה)
	התאמת גודל- ביצוע מודעה זהה לגודל חדש
	שקופית חסות
	עיצוב שקופית חסות ממוחשבת למסך

טבלה 5 - סעיפי שירות קופי – רעיונות וכתובה

תאור	מחיר מוצע בש"ח (לא כולל מע"מ)
קופי לארזיות (הגיגים, טיפים, סיפורים)	
תשדיר/ גינגל אודיו	
באנר	
שקופית חסות	
שילוט עגלות	
שם מוצר	
תסריט	
תסריט זנב (מבצע/ חדש/ תוספת)	
קופי לצילום/וידאו	

טבלה 6 - שירות ניהול דף פייסבוק, רימרקטינג וקידום אתרים SEO

תאור	מחיר מוצע בש"ח (לא כולל מע"מ)
ריטיינר חודשי לניהול עמוד מועמדים של אוניברסיטת חיפה בפייסבוק בהתאם למפורט בסעיף (4) להלן	
קידום עמוד מועמדים באמצעות קמפיין PPC בפייסבוק (פירוט בסעי' (5) להלן)	
עלות להקלקה ב-PPC בפייסבוק	
דמי ניהול הקמפיין בהתאם למפורט בסעיף (5) להלן	
קידום אתר מועמדים באמצעות רימרקטינג גוגל קמפיין PPC (פירוט בסעי' (5) להלן)	
עלות להקלקה ב-PPC בגוגל	
דמי ניהול הקמפיין בהתאם למפורט בסעיף (7) להלן	
שירותי קידום אתרים (SEO) בגוגל (פירוט בסעי' (6) להלן)	
ליווי בניית אתר מותאם למנועי חיפוש של גוגל	
ריטיינר חודשי לקידום האתר בהתאם למפורט בסעיף (6) להלן	

(4) ניהול עמוד מועמדים בפייסבוק כמצוין בטבלה 6 יכלול בין היתר

- 1) בניית תכנית פעילות שנתית.
- 2) העלאת תכנים שבועיים (פוסטים, מחקרים, כנסים וכו') בהתאם לתכנית הפעילות.
- 3) מענה לפניויות גולשים תוך 12 שעות מרגע קבלת הפניה.
- 4) עיצוב עמוד הפייסבוק באופן שוטף, כולל בין היתר עיצוב תמונות COVER ותכנים.
- 5) מתן רעיונות לגידול בכמות המועמדים בדף פייסבוק.
- 6) ניהול פעילויות מיוחדות לקראת ימים פתוחים.
- 7) מתן דוח"יות שוטפים על הפעילות.
- 8) מתן דו"חות שנתיים לסיכום הפעילות.

(5) "שירותי קמפיין פייסבוק" ו"שירותי קמפיין רימרקטינג" כמצוין בטבלה 6 יכללו בין היתר:

- 1) מחקר מילים שוטף.
- 2) בקרה מתמדת על הקמפיין וחתימה לשיפור יחסי ההמרה.
- 3) בניית דפי הנחיתה הרלוונטיים (לרבות עיצוב גרפי, קריאיטיב, קופי וכיו"ב).
- 4) בניית מערכות בקרה וממשקי ניהול לידיים
- 5) אחסון דפי נחיתה של הקמפיין.
- 6) העברת הלידים לאוניברסיטה.

(6) "שירותי קידום אתרים- SEO בגוגל" כמצוין בטבלה 6 יכללו בין היתר :

- 1) תמיכה טכנית ואופטימיזציה - משרד הפרסום נדרש לבצע פעילות שוטפת לשיפור וקידום מיקום אתר מועמדים חדשים של אוניברסיטת חיפה (או כל אתר אחר אשר יוגדר במקומו ע"י האוניברסיטה) במנועי חיפוש בכלל ובגוגל בפרט, לרבות הקמת אתרי לוויין, איתור תכנים רלוונטיים והטמעתם באתר האוניברסיטה, החלפות לינקים ורכישת דומיינים.
- 2) הגדרת יעדי מיקום במנועי חיפוש בשיתוף עם המחלקה לשיווק ועידוד הרשמה ועל סמך מילות מפתח שיוגדרו במשותף.
- 3) משרד הפרסום יתחייב על יעדי מיקום במנועי החיפוש השונים בכפוף ללוחות זמנים שיקבעו מראש ובמשותף וזאת, עבור אשכולות המילים, כפי שיוגדרו על ידי נציגי האוניברסיטה ולאחר ביצוע מחקר "ערכי המרה".
- 4) המשרד יעביר לאוניברסיטה דיווח חודשי על מיקום אתר האוניברסיטה במנועי החיפוש בכלל ובגוגל בפרט.

התחייבות לשמירת סודיות והימנעות מניגוד עניינים

שנערכה ונחתמה ביום לחודש שנת 2014

.....
(להלן – "משרד הפרסום")

מתחייב כלפי אוניברסיטת חיפה
(להלן – "האוניברסיטה") כדלקמן:

1. לשמור בסודיות מוחלטת ולא לגלות לכל אדם או גוף כלשהו, זולת אנשים הנוטלים חלק או קשורים בביצוע השירות במסגרת מכרז מס' 299/14 (להלן – "המורשים") את המידע הסודי, כהגדרתו להלן.
2. לא להעסיק בהכנת ההצעה עובד ו/או קבלן משנה ו/או אדם בעל תפקיד ו/או קבלן מישנה שהוא מבלי שיידעו על תוכן התחייבות זאת, ואישרו תוכנה בחתימתם.
3. לא להעתיק ו/או להרשות לאחרים ו/או לגרום לאחר לבצע במידע סודי שכפול, העתקה, צילום, תדפיס וכל צורת העתקה אחרת, אלא תוך רישום של מקבלי המידע הסודי מבין המורשים.
4. לשמור בהקפדה את המידע הסודי בכל אמצעי הזהירות המקובלים לגבי שמירת מידע מסוגו ומטיבו של המידע הסודי הנדרשים לשם מניעת אובדנו ו/או הגעתו לידי צד בלתי מורשה.
5. עם דרישתכם, להחזיר כל המידע הסודי והעתקיו מכל מין וסוג. ממועד זה לא נהיה רשאים להשתמש במידע זה.
6. בכל מקרה של אובדן מידע סודי כלשהו להודיע לכם על כך מיידית ובכתב.
7. לא לפרסם בכל צורה שהיא את המידע הסודי.
8. לא לעשות כל שימוש במידע הסודי, בין במישרין ובין בעקיפין, בין בעצמנו ובין באמצעות אחרים, זולת ככל הנדרש לצורך הכנת ההצעה, ולא להעביר ו/או למסור כל מידע סודי לצד שלישי.
9. להביא את תוכנו של כתב התחייבות זה לידיעת כל אחד מהמורשים.
10. להיות אחראי למילוי ההתחייבויות בכתב התחייבות זה על ידי המורשים, בכפוף להוראות הדין.
11. להיות אחראים לכל נזק שיגרם לאוניברסיטה, אם יגרם, עקב הפרת אחת או יותר מההתחייבויות על פי מסמך זה.
12. הננו מצהירים בזאת כי במועד הגשת הצעתנו זו אנו לא מעורבים ו/או קשורים במתן שירותי פרסום ורכש מדיה בתחום עידוד הרשמה (כהגדרתו במכרז), במישרין או בעקיפין, או בהתחייבויות דומות אחרות לאוניברסיטאות הבאות: הטכניון, מכון ויצמן, אוניברסיטת בר אילן, אוניברסיטת בן גוריון, האוניברסיטה העברית, אוניברסיטת תל אביב, לרבות באמצעות כל תאגיד ו/או גוף אחר אשר משרדנו ו/או מנהליו ו/או בעלי המניות בו הינם בעלי שליטה בתאגיד ו/או גוף כאמור וכן יועץ ו/או קבלן של משרדנו.

אנו מודעים לכך כי תנאי זה הנו תנאי מקדמי להשתתפות במכרז וכי באם לא יתקיים, תהא רשאית האוניברסיטה לפסול את הצעתנו על הסף.

13. הרינו להצהיר כי במועד הגשת הצעתנו זו איננו מקיימים / אנו מקיימים (הקף את האופציה הנכונה) קשרי עבודה פעילים, ישירים או עקיפים, בתחומי העיסוק נשוא מכרז זה, עם מוסדות אחרים להשכלה גבוהה בישראל, שאינם נמנים על המוסדות המנויים בסעיף 12 לעיל לרבות באמצעות כל תאגיד ו/או גוף אחר אשר משרדנו ו/או מנהליו ו/או בעלי המניות בו הינם בעלי שליטה בתאגיד ו/או גוף כאמור וכן יועץ ו/או קבלן של משרדנו.
במידה ומתקיימים קשרים כאלו להלן פירוט המוסדות ומהות הקשר עמם:

שם המוסד	טיב השירות	מועד סיום השירות
1.		
2.		
3.		

אנו מודעים לכך כי במידה והקשרים שצוינו לעיל ייחשבו לדעת האוניברסיטה כניגוד עניינים, יחשב הדבר לאי עמידה בתנאי הסף להשתתפות במכרז ולפסילת הצעתנו.

14. אנו מתחייבים בזאת כי במשך כל תקופת ההתקשרות כהגדרתה במכרז, ועד שישה חודשים לאחר סיומה נימנע מקיום כל פעילות ו/או קשר ובפרט שירותי פרסום ורכש מדיה בתחום עידוד הרשמה (במישרין או בעקיפין) כאמור לכל אוניברסיטאות המחקר ו/או מוסדות אחרים להשכלה גבוהה, כאמור לעיל.

אנו מתחייבים כי בכל מקרה שבו יהיה לנו חשש לקיומו של ניגוד עניינים כאמור, נודיע על כך לאוניברסיטה בהזדמנות הראשונה בכתב, ועל פי דרישת האוניברסיטה נימנע מקיום קשר כאמור.

15. למעט התחייבויותנו בסעיפים 12-13 לעיל, היה והצעתנו תתקבל על ידי האוניברסיטה, ונבצע את "השירות", כהגדרתו "במכרז" כולו או חלקו, תחולנה מלוא הוראות כתב התחייבות זה עד מלות שלוש שנים לסיום "השירות" (לרבות תקופת ההארכה, במידה ותהיה), ובכל מקום במסמך זה בו כתוב "הכנת המצגות" או "ההצעה למכרז" יתווסף: "וביצוע השירות", כהגדרתו בהסכם שיתתם בין הצדדים".

16. "מידע סודי" במסמך זה משמעותו: כל מידע, בין בכתב ובין בעל פה ובין בכל צורת אגירה אחרת, הנוגע לנתונים העסקיים, המקצועיים, הארגוניים והפרסונאליים של האוניברסיטה, לרבות סטודנטים, סגל אקדמי ומינהלי וכן כל מידע אחר שהאוניברסיטה תסמן כסודי לפני העברתו, אשר יגיע אלינו במסגרת ההליכים "להכנת המצגות" ו/או "ההצעה" ו/או "לביצוע השירות" – לפי הענין, על שלביהם.
המונח "מידע סודי" לא יכלול: מידע שהוא נחלת הכלל ו/או מידע שהיה בידינו וברשותנו לפני מסירתו על ידכם ו/או מידע שאנו חייבים לגלותו על פי דין לרשות כלשהי כל אימת שנמסר לאותה רשות ו/או מידע שהגיע לידיעתנו ממקורות אחרים בדרך של רכישת זכויות או בכל דרך חוקית אחרת שהיא ו/או טכניקות, רעיונות וידע הקשורים לעיבוד נתונים באופן כללי ושאינם יחודיים לאוניברסיטה.

ולראיה באנו על החתום

_____ חתימה וחותמת:

_____ תאריך:

אוניברסיטת חיפה

מכרז מס' 299/14

בנושא: אספקת שירותי פרסום עבור אוניברסיטת חיפה

מסמך ג'

נוסח ערבות להגשת ההצעה

לכבוד
אוניברסיטת חיפה
שדרות אבא חושי
חיפה

א.ג.נ.,

כתב ערבות מס': _____

לפי בקשת _____ (להלן: "הנערב") הרינו ערבים בזה כלפיכם ערבות מלאה ומוחלטת ומתחייבים לשלם לכם כל סכום עד לסך של 20,000 ש"ח (במילים: עשרים אלף שקלים חדשים) (להלן: "סכום הערבות") להבטחת מילוי תנאי מכרז מס' 299/14 לשירותי פרסום עבור אוניברסיטת חיפה על-ידי הנערב.

ערבותינו זאת הינה ערבות אוטונומית ובלתי תלויה ואנו נשלם לכם בתוך חמישה ימים ממועד דרישתכם הראשונה בכתב אלינו, כל סכום שתדרשו עד לסכום הנ"ל, מבלי להטיל עליכם לבסס דרישתכם ומבלי לתת לנו כל הסברים בקשר לכך, ומבלי שתהיו חייבים לדרוש את התשלום תחילה מהנערב. ערבותינו זאת **בתוקף עד לתאריך 01.06.2015** ועד בכלל. אחרי מועד זה תהא ערבותנו בטלה ומבוטלת.

ערבותנו זו אינה ניתנת להעברה ו/או להסבה בכל דרך שהיא.

בכבוד רב

חתימה וחותמת הבנק

תאריך: _____

אוניברסיטת חיפה

מכרז מס' 299/14

בנושא: אספקת שירותי פרסום עבור אוניברסיטת חיפה

מסמך ד'

נוסח ערבות ביצוע

לכבוד
אוניברסיטת חיפה
שדרות אבא חושי
חיפה

א.ג.נ.,

כתב ערבות מס': _____

לפי בקשת _____ * (להלן: "הנערב") הרינו ערבים בזה כלפיכם ערבות מלאה ומוחלטת ומתחייבים לשלם לכם כל סכום עד לסך של 50,000 ש"ח (במילים: חמישים אלף שקלים) (להלן: "סכום הערבות") ובתוספת הפרשי הצמדה למדד, להבטחת מילוי ע"י הנערב של תנאי ההסכם מיום _____ לאספקת שירותי פרסום לאוניברסיטת חיפה על-ידי הנערב.

"מדד" יהיה מדד המחירים לצרכן כפי שמתפרסם בכל חודש ע"י הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה.
"מדד הבסיס" יהיה מדד המחירים לצרכן שיתפרסם לחודש _____ 2014.
"המדד החדש" יהיה מדד המחירים לצרכן האחרון שפורסם לפני דרישה לתשלום לפי ערבותנו זו, אך לא פחות ממדד הבסיס.

ערבותנו זאת הינה ערבות אוטונומית ובלתי תלויה ואנו נשלם לכם בתוך חמישה ימים ממועד דרישתכם הראשונה בכתב אלינו, כל סכום שתדרשו עד לסכום הערבות ובתוספת הפרשי הצמדה בין מדד הבסיס למדד החדש בגין הסכום הנדרש על ידכם לפי ערבותנו זו, מבלי להטיל עליכם לבסס דרישתכם ומבלי לתת לנו כל הסברים בקשר לכך, ומבלי שתהיו חייבים לדרוש את התשלום תחילה מהנערב.
ערבותנו זאת בתוקף עד להתקשרות לתאריך _____ ועד בכלל. אחרי מועד זה תהא ערבותנו בטלה ומבוטלת.

ערבותנו זו אינה ניתנת להעברה ו/או להסבה בכל דרך שהיא.

בכבוד רב

חתימה וחותמת הבנק

תאריך: _____

* יש למלא ולציין את שם הזוכה.
** יש למלא ולציין את סכום הערבות.

חתימת המציע: _____

אוניברסיטת חיפה

מכרז מס' 299/14 לאספקת שירותי פרסום

נוסח הסכם

שנערך ונחתם באוניברסיטת חיפה ביום לחודש _____ 2011

בין

אוניברסיטת חיפה
מוסד מוכר להשכלה גבוהה
מדרך אבא חושי, הר הכרמל
חיפה 31905
מס' פקס- _____
כתובת אימייל- _____
(להלן - "האוניברסיטה")

מצד אחד;

לבין

.....
מ-
מס' פקס- _____
כתובת אימייל- _____
(להלן - "משרד הפרסום" ו/או "הזוכה")

מצד שני;

- | | |
|--|---------------|
| והאוניברסיטה מעוניינת בקבלת שירותי פרסום בארץ ובחו"ל, באמצעי התקשורת והמדיה לסוגיהם, לרבות הפקת קו פרסומי, מיתוג וייעוץ אסטרטגי תדמיתי שוטף; | הואיל |
| והאוניברסיטה פרסמה מכרז מס' 299/14 לקבלת הצעות למתן "השירות" כהגדרתו להלן; | והואיל |
| ומשרד הפרסום הגיש הצעתו על פי תנאי המכרז והצעתו התקבלה על ידי האוניברסיטה; | והואיל |
| והצדדים מבקשים לקבוע את תנאי ההתקשרות ביניהם על פי הוראות הסכם זה להלן ובכפוף להן; | והואיל |

לפיכך הוצהר, הותנה והוסכם בין הצדדים כדלקמן:

1. פרשנות

- א. המבוא להסכם והנספחים לו מהווים חלק בלתי נפרד הימנו.
- ב. כותרות הסעיפים מצויינות למטרת נוחיות בלבד, ולא יעשה בהן שימוש לצורך פרשנות.
- ג. מוסכם כי בכל סתירה ו/או אי התאמה בין נוסח הסכם זה לבין אחד מנספחיו -תגבורנה הוראות הסכם זה.
- ד. בהסכם זה תהיה למונחים המפורטים להלן המשמעות המפורטת בצדם :

המכרז	מכרז מס' <u>299/14</u> למתן שירותי פרסום לאוניברסיטת חיפה ;
השירות	שירותי פרסום ורכש מדיה וכן שירותי פרסום נוספים, כהגדרתם להלן, אשר יידרשו על ידי האוניברסיטה בהתאם לצרכיה ובהתאם לתנאי מכרז זה.
שירותי פרסום ורכש מדיה	פרסום בארץ מטעם ועבור האוניברסיטה ויחידותיה באמצעי התקשורת הן באמצעות רשת האינטרנט והן באמצעות עיתונות, רדיו, טלוויזיה ושילוט חוצות, לרבות שירותי פרסום נלווים לרכש המדיה, הכל בהתאם למפורט במפרט השירות וההצעה הכספית נספח א'.
שירותי פרסום נוספים	שירותי הכנה לדפוס, עיצוב והפקות אינטרנט, שירותי קופי ופעילות במדיה דיגיטאלית שאינם מבוצעים במסגרת הליך רכש מדיה, הכל בהתאם למפורט במפרט השירות וההצעה הכספית נספח א'.
שירותי פרסום ורכש מדיה בתחום עידוד הרשמה	שירותי פרסום ורכש מדיה כהגדרתם לעיל המהווים להנחת דעתה של האוניברסיטה פעילות שיווקית לצורך עידוד רישום של סטודנטים ללימודים באוניברסיטה.
אמצעי התקשורת	כלי המדיה והתקשורת לסוגיהם, באמצעותם יבוצעו שירותי הפרסום ורכש המדיה, והמצויינים במפרט השירות וההצעה הכספית המצורף כנספח א' להסכם זה.
בריף	מסמך עקרונות לביצוע השירות המצורף כנספח ג' להסכם זה.
המחירון	מחירוניהם הרשמיים של אמצעי התקשורת הנכונים ליום פרסום מסמכי המכרז, והמפורסמים בין היתר באתרי האינטרנט של אמצעי התקשורת.

2. הצהרות

משרד הפרסום מצהיר כי:

- א. כי הינו בעל ידע, כח האדם, ניסיון, מיומנות, מומחיות, כישורים, חומרים, ציוד, והרשאה כדין לבצע את השירות ברמה מקצועית גבוהה במיומנות, בנאמנות, מהימנות ובמומחיות תוך שמירה על האינטרסים של האוניברסיטה.
- ב. כי כל הגורמים המקצועיים הנדרשים למתן "השירות" זמינים ועומדים לרשותו.

- ג. משרד הפרסום מתחייב כי הוא מחזיק בכל הרשימות, ההיתרים והאישורים הנדרשים על פי הוראות כל דין לשם מתן השירות וקיום כל חיוביו מכוח הסכם זה, כשהם בתוקף, ויהיו בתוקף למשך כל תקופת ההתקשרות כהגדרתה להלן.
- ד. משרד הפרסום מאשר כי אין כל מניעה חוזית ו/או חוקית ו/או אחרת להתקשרותו עם האוניברסיטה.
- ה. משרד הפרסום מצהיר ומאשר כי בדק את כל ההיבטים הנוגעים לביצוע השירות ואת כל הנדרש לצורך ביצועם וכל נתון אחר הקשור בביצוע הסכם זה וכי בידו האמצעים וכוח האדם הדרושים לביצועו והוא יהיה מנוע מלטעון טענות או לתבוע תביעות בקשר עם כל אלה.
- ו. משרד הפרסום מצהיר כי ידוע לו כי מימושה של ההתקשרות שתבצע על פי ההסכם כפופה למסירת הזמנה למשרד הפרסום ע"י האוניברסיטה על פי שיקול דעתה הבלעדי ובהתאם לצרכיה ולהוראות הסכם זה.
- ז. משרד הפרסום מצהיר כי ידוע לו כי היקף השירותים שיבוצעו בפועל אינו ידוע, והוא יקבע ע"י האוניברסיטה, בדרך של דרישות מעת לעת, בתקופת ההסכם. עוד ידוע לו כי האוניברסיטה אינה מתחייבת להזמין מהספק שירותים בהיקף כספי ו/או כמותי כלשהו, והוא מוותר מראש על כל טענה כלפי האוניברסיטה בעניין זה.
- ח. משרד הפרסום מצהיר כי ידוע לו שסכום תקציב הפרסום המיועד ונפחי הפרסום אשר נקבו במסגרת מסמכי המכרז על נספחיו היוו הערכה בלבד, וצפויים לגדול/לקטון במהלך תקופת ההתקשרות ובכל מקרה גם במידה ונפחי הפרסום כאמור ישתנו הוא מתחייב למחירים אשר נקבו על ידו במסגרת הצעתו למכרז ולתנאי הסכם זה.
- ט. משרד הפרסום מצהיר כי כל תנאי ההסכם על היבטיו והשלכותיו נהירים לו ומקובלים עליו, לרבות התמורה בגין "השירות" ואופן ותנאי תשלומה.
- י. משרד הפרסום מצהיר כי ידוע לו כי על סמך הצהרותיו אלה התקשרה עמו האוניברסיטה בהסכם זה.

3. השירות

משרד הפרסום מתחייב לספק לאוניברסיטה את "השירות" כהגדרתו לעיל, בתנאי הסכם זה ובמפרט השירות וההצעה הכספית המצורף אליו כנספח א' והמהווה חלק בלתי נפרד ממנו.

4. אופן מתן השירות

במתן "השירות" כהגדרתו בהסכם זה וכמפורט במפרט השירות וההצעה הכספית נספח א', ינהגו הצדדים באופן ועל פי העקרונות הבאים:

א. הפקת קו פרסומי בתחום עידוד הרשמה

- (1) משרד הפרסום ילמד את המאפיינים, הצרכים, המטרות והאילוצים העומדים בפני האוניברסיטה באמצעות פגישות עם גורמים בהנהלה ונציגי היחידות ויציע קו פרסומי. משרד הפרסום יישם את ההערות שיתקבלו מגורמים אלה, ויגבש קו פרסומי כלל אוניברסיטאי על כל סממניו ונילווייו, שיהווה בסיס ומסגרת לאופן בו תוצג האוניברסיטה בכלי התקשורת והמדיה השונים בתחום עידוד הרשמה.
- (2) משרד הפרסום ילמד על הצרכים, המטרות והאתגרים הרלוונטיים של כל אחת מיחידות האוניברסיטה בתחום עידוד הרשמה, יגבש ויציע קו פרסומי מתאים לכל אחת מהיחידות כאמור, שישתלב בקו הפרסומי הכלל אוניברסיטאי שיגובש בהתאם לבריף המצורף כנספח ג' להסכם זה.
- (3) במידת הצורך יקיים משרד הפרסום קבוצת מיקוד לבדיקת התאמת הקו הפירסומי שחוצע, מול קהל היעד של האוניברסיטה.

ב. נוהל פרסום והפקת חומרים פרסומיים :

הפרסום במסגרת שירותי הפרסום ורכש המדיה יעשה באופן, בשלבים ובנוהל להלן :

- (1) משרד הפרסום יקבל בריף, נוסח מודעה ו/או פרסום מהגורם המזמין באוניברסיטה.
- (2) משרד הפרסום יתאים הפרסום ו/או המודעה לקו הפרסומי הכלל אוניברסיטאי, שיתגבש ויקבע באופן המפורט לעיל, ויבצע העבודה הקריאטיבית והרעיונית, הגרפיקה והסדר, העיצוב הגרפי בצבע ובשחור לבן.
- (3) משרד הפרסום יעביר את התוצר הסופי לאישור הגורם המזמין באוניברסיטה תוך עמידה בלוחות הזמנים הנקובים בנספח ה'.
- (4) משרד הפרסום יקפיד על עריכת הגהות דקדקניות בטרם יאשר ביצוע ל"אמצעי התקשורת" ועל תרגום הפרסום במידת הצורך.
- (5) משרד הפרסום יקבל אישור הגורם המזמין באוניברסיטה לנוסח שהומצא, וידאג לפרסום במיקום הטוב ביותר.
- (6) משרד הפרסום יעביר לאוניברסיטה דוחות שוטפים על מיקום הפרסום ותוצאותיו, תוך מאמץ לשיפור יחסי ההמרה של הפרסום.

ג. השירותים אשר יסופקו על-ידי משרד הפרסום על-פי הסכם זה, ינתנו לפי דרישת האוניברסיטה מעת לעת, בהתאם להזמנות עבודה פרטניות, שיחתמו בין האוניברסיטה לבין משרד הפרסום ביחס לכל שירות בנפרד. לאחר חתימת האוניברסיטה ומשרד הפרסום על הסכם זה, ובטרם יחל משרד הפרסום בביצוע כל שירות, תעביר האוניברסיטה למשרד הפרסום טופס הזמנת עבודה ובו ייקבעו ויפורטו תכניות הפרסום והשיווק הנדרשות לביצוע בגין השירות הנדרש. למען הסר ספק, משרד הפרסום לא יחל בביצוע כל חלק של השירותים על-פי הסכם זה, בטרם קיבל או נמסר לו טופס הזמנת עבודה חתום ע"י האוניברסיטה:

ד. הגורם הבכיר שירכז במשרד הפרסום את ענייני ההתקשרות עם האוניברסיטה הינו

מבלי לגרוע מן האמור לעיל, משרד הפרסום מתחייב להעמיד לטובת האוניברסיטה צוות כדלקמן: כי מר/גב' יישמש מנהל לקוח בכיר (להלן-"הסופרווייזר"), שירכז את תיק האוניברסיטה באופן קבוע ושוטף. לרשותו יעמוד צוות של שני תקציבאים הממונים על תחום האוניברסיטה: מר/גב' ומר/גב' (להלן-"התקציבאים"), וכן מנהל מח' אינטראקטיב וארט דירקטור זמינים.

משרד הפרסום מתחייב כי כל הגורמים המפורטים לעיל בסעיף זה, יהיו זמינים לפניות נציגי האוניברסיטה על בסיס שוטף וקבוע וייקחו חלק בפגישות באוניברסיטה, כמפורט במסמכי הסכם זה על נספחיו.

ה. במידה וייבצר מן הגורמים שצוינו לעיל לבצע את השירותים נשוא הסכם זה, כולם או מקצתם, באופן זמני או קבוע, ו/או תופסק העסקתו של מי מהם, משרד הפרסום מתחייב להודיע לאוניברסיטה על כך מיידית ולהעמיד בפני האוניברסיטה ללא דיחוי ובתוך 48 שעות ממועד ההודעה איש צוות מחליף בעל נסיון וכישורים זהים או עדיפים לאיש הצוות שהוחלף, שיועסק על ידו ויאשר על ידי האוניברסיטה לפי שיקול דעתה הבלעדי (להלן-"איש הצוות המחליף"). לאוניברסיטה שיקול דעת מלא ובלעדי אם לאשר את איש הצוות המחליף או לא, ובמידה ותחליט שלא לאשרו מכל סיבה שהיא וללא נימוק רשאית האוניברסיטה להפסיק את ההתקשרות עם משרד הפרסום אלתר, למרות כל האמור בהסכם זה. מובהר כי כל הוראות הסכם זה החלות על אנשי הצוות יחולו גם על איש הצוות המחליף.

ו. משרד הפרסום יהיה ערוך לתגבר את צוות המשרד העובד מול האוניברסיטה בעובדים נוספים ככל שיידרש.

- ז. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, יקיים הסופרווייזר פגישה שבועית קבועה עם מנהלת המחלקה לשיווק ועידוד הרשמה ובמידת הצורך, גם עם נציג היחידה הקדם אקדמית, נציג היחידה ללימודי המשך ולימודי חוץ ונציג ביה"ס לתיירות ו/או כל נציג אחר מטעם האוניברסיטה אשר האוניברסיטה תמצא לנכון מעת לעת ובתיאום מראש.
- ח. משרד הפרסום יגיש תוכנית פירסום לכל יחידה מהמנויות בס"ק ו' לעיל, בהתאם לתקציבה כפי שתביא לידיעתו, ולו"ז לביצועה, ומחויב להעבירה לאישור מוקדם של הגורם המוסמך ביחידה הרלוונטית, בשיתוף עם מנהלת המחלקה לשיווק ועידוד הרשמה של האוניברסיטה.
- ט. מובהר כי תוכנית הפירסום שתוצע על ידי משרד הפרסום תותאם לקו התדמיתי והפירסומי שיקבעו/יאושרו על ידי נציג האוניברסיטה.
- י. למען הסר ספק מובהר כי האוניברסיטה ו/או מי מעובדיה ו/או מנהליה ו/או מטעמה, לא יחוייבו לשלם או להחזיר כל הוצאה או תשלום, או להכיר או לכבד כל התחייבות שנעשתה על ידי משרד הפרסום, או שמשרד הפרסום קיבל על עצמו, ללא אישור מוקדם בכתב של האוניברסיטה. אם האוניברסיטה הגבילה או התנתה פרסומיה בתנאים מסויימים, כגון מחיר, מיקום המודעה, מועד הופעתה, הגבלת מספר הפרסומים המקבילים של גורמים אחרים באותו מקום או באותו זמן וכיו' – יהיה תשלום האוניברסיטה עבור אותו פרסום או אותם הפרסומים, מותנה גם במילוי תנאים מיוחדים אלה.
- יא. האוניברסיטה תהא זכאית לשנות, לבטל, להפסיק או לדחות כל תוכנית פרסום ו/או קמפיין וכל עבודה או עבודות תוך כדי מהלכן, אף אם אושרו במתכונת הסכם זה, ומשרד הפרסום ינקוט מיד פעולה נאותה כדי להוציא אל הפועל את הוראות האוניברסיטה בנוגע לכך, לרבות כלפי צדדים שלישיים. במקרה של ביטול, משרד הפרסום ידאג ליידע את האוניברסיטה ולקבל אישורה בכתב ומראש על ההוצאות שתחוייב בהן כתוצאה מהביטול.
- יב. האוניברסיטה רשאית לדרוש במשך תקופת הסכם זה, שינויים בפרטי השירות ו/או בהיקפו וזאת מבלי לגרוע מזכותה לבצע את השירות ו/או חלק ממנו בעצמה ו/או באמצעות אחרים.
- יג. האוניברסיטה רשאית במשך כל תקופת ההסכם, לצמצם ו/או להרחיב את היקף השירות אשר יבוצע ע"י משרד הפרסום, לפי שיקול דעתה הבלעדי.
- יד. מוסכם בזאת בין הצדדים כי הפחתה או הגדלה בכמות השירותים לא תהווה כל עילה לטענה כלשהי ו/או תביעה של משרד הפרסום כנגד האוניברסיטה לרבות תביעה בגין מניעת רווח. למען הסר ספק מודגש בזאת, כי האוניברסיטה אינה חייבת לרכוש מאת משרד הפרסום שירות בהיקף כלשהו.
- טו. למשרד הפרסום תינתן בלעדיות אך ורק בכל הנוגע ל"שירותי פרסום ורכש המדיה בתחום עידוד הרשמה" כהגדרתם לעיל במהלך תקופת ההסכם, וזאת בכפוף להוראות סעיפים יז-יט' להלן. "בלעדיות" בסעיף זה משמעותה כי האוניברסיטה לא תבצע את השירותים כאמור באמצעות משרד פרסום אחר זולת משרד הפרסום, וזאת כאמור לתקופות שנקבעו לעיל ובכפוף להוראות המפורטות להלן.
- טז. למען הסר ספק, מובהר כי למשרד הפרסום לא תינתן "בלעדיות" בשירותי פרסום נוספים כהגדרתם לעיל ו/או בכל שירות אחר שיינתן על ידו לפי הסכם זה שאינו נכלל ב"שירותי פרסום ורכש מדיה בתחום עידוד הרשמה" כהגדרתם לעיל והאוניברסיטה שומרת על זכותה לבצע שירותים אלו בעצמה ו/או על ידי מי מטעמה, ותהא רשאית להתקשר עם כל גוף אחר ו/או עם משרד הפרסום עצמו על פי שיקול דעתה הבלעדי והמוחלט.
- במידה שתחליט האוניברסיטה ו/או כל אחת מיחידותיה בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי להתקשר עם משרד הפרסום לצורך קבלת שירותי פרסום נוספים ו/או שירותים אחרים שאינם מהווים "שירותי פרסום ורכש מדיה בתחום עידוד הרשמה", תהנה האוניברסיטה מתנאי הסכם זה על נספחיו לרבות סכומי התמורה המפורטים בנספח א' להסכם, בכפוף לניהול מו"מ על המחיר שבכל מקרה לא יעלה על המחירים כאמור.

יז. מובהר כי למרות האמור לעיל בס"ק טו', חברות הבת של האוניברסיטה ויחידות התוך שלה (ובכלל זה ביה"ס לתיירות בישראל בע"מ, כרמל החברה הכלכלית של אוניברסיטת חיפה בע"מ וכן היחידה ללימודי המשך ולימודי תוך, ביה"ס לתלמידי חו"ל וכיו"ב) לא תהינה מחויבות לבצע שירותי פרסום ורכש מדיה בתחום עידוד הרשמה באמצעות משרד הפרסום, אך במידה ותבחרנה לעשות כן, לפי שיקול דעתן המוחלט- ישולם למשרד הפרסום אותו המחיר שהוצע על ידו לשירות זה במסגרת נספח א' ובאותם תנאים הכל בהתאם לסוג הרכיבים שיוזמו ולכמותם.

ית. עוד מובהר כי למרות האמור לעיל בס"ק טו', במהלך כשלושת החודשים הראשונים והאחרונים להתקשרות עם משרד הפרסום במכרז, יפעל משרד הפרסום במקביל לחברת הפרסום המוחלטת/המחליפה של האוניברסיטה עד לתום הליכי החפיפה.

יט. עוד מובהר כי למרות האמור בס"ק טו' לעיל, האוניברסיטה ויחידותיה שומרות על זכותן לפנות לכל אחד מאמצעי התקשורת ו/או לכל חברת פרסום אחרת ולקיים עמם מו"מ בנוגע לשירותי פרסום ורכש מדיה בתחום עידוד הרשמה, בהשתתפות או בידיעת משרד הפרסום, או באופן עצמאי מבלי ליידע אותו, בכל עת.

האוניברסיטה ויחידותיה תהינה רשאיות לנהל את המו"מ עם "אמצעי התקשורת" ו/או חברות הפרסום השונות באמצעותן ו/או באמצעות כל בעל תפקיד באוניברסיטה שיימצא לנכון, ובמידה שהצעת המחיר שהן תקבלנה תהיה נמוכה מהצעת המחיר שהשיג משרד הפרסום - (לרבות מן הטעם שהצעת המחיר הזולה פטורה ממע"מ) - הן תהינה רשאיות לפנות למשרד הפרסום בבקשה לספק להן את השירות במחיר שהושג על ידן באופן בו הסיכום בין לבין נציג "אמצעי התקשורת" המוסמך, יהא תקף לגבי כלל פרסומי האוניברסיטה ויחידותיה באמצעי תקשורת זה, שיבוצעו באמצעות משרד הפרסום. משרד הפרסום יידרש להשיב לבקשת האוניברסיטה בתוך 3 ימים ממועד הבקשה, ובמידה וישיב לבקשה בשלילה ו/או לא ישיב במועד תהיה רשאית האוניברסיטה ו/או היחידה הרלוונטית להתקשר עם אמצעי התקשורת ו/או עם חברת הפרסום במישרין.

כ. הזוכה מתחייב לעבוד בשיתוף פעולה עם חברת ו/או חברות יחסי ציבור עמה האוניברסיטה עובדת ובהתאם להנחיותיהם.

5. אחריות לשירות ולפרסום

א. משרד הפרסום יהיה אחראי לנזקים באשר הם אשר יגרמו בקשר עם אספקת השירות על ידו ו/או מי מטעמו לאוניברסיטה ו/או למשרד הפרסום ו/או לכל צד שלישי כלשהו, בהתאם לחובתו על פי דין או ההסכם, והוא מתחייב לפצות את האוניברסיטה בגין כל נזק או הפסד שייגרמו כאמור מיד עם דרישתה. אחריות זו תחול למעשה או מתדל של משרד הפרסום ו/או מי מטעמו.

ב. משרד הפרסום יפצה וישפה את האוניברסיטה בקשר לכל תשלום, הוצאה, נזק אובדן, הפסד או חבות ישירים ועקיפים שנגרמו או העלולים להיגרם לאוניברסיטה כתוצאה או בקשר לנזק מהנזקים להם אחראי משרד הפרסום לפי הוראות סעיף א' לעיל, בתנאי שהאוניברסיטה תודיע למשרד הפרסום על כל דרישה או תביעה שהופנתה אליה, אם תופנה כזו.

ג. מבלי לגרוע מכלליות האמור לעיל, משרד הפרסום יהא אחראי באופן בלעדי לכל נזק ו/או הפסד שייגרמו לאוניברסיטה עקב כל דרישה ו/או תביעה בשל פגיעה בזכויות יוצרים ומבצעים, ו/או תביעה בגין לשון הרע ו/או הגנת הפרטיות והוא מתחייב לפצות ולשפות את האוניברסיטה באופן מיידי בגין כל נזק או הפסד שייגרמו לה כאמור.

ד. מבלי לגרוע מכלליות האמור לעיל, מוסכם בין הצדדים כי כל מודעה ו/או פרסום מטעם האוניברסיטה אשר חלו בה, בעטיו של משרד הפרסום (או מי מטעמו) ו/או "אמצעי התקשורת", שגיאה, שיבוש, טעות, פגם או כל ליקוי אחר אשר, לפי שיקול דעתה של האוניברסיטה, הינם מהותיים, יהיה משרד הפרסום אחראי לכך שהמודעה ו/או הפרסום יפורסמו מחדש בנוסח ראוי ומתוקן באותו אמצעי תקשורת במועד הראשון האפשרי לכך. הפרסום מחדש על פי הוראות סעיף זה יהיה על חשבון משרד הפרסום.

בכל מקרה בו יחולו במודעה מטעם האוניברסיטה בעטיו של משרד הפרסום (או מי מטעמו) ו/או "אמצעי התקשורת", שיבושים או ליקויים אשר, לפי שיקול דעתה של האוניברסיטה אינם מהותיים, ובכל מקרה בו לא יתבצע הפרסום המבוקש בעטיו של משרד הפרסום (או מי מטעמו) יהיה משרד הפרסום אחראי לפחות את האוניברסיטה מיד עם דרישתה.

6. התמורה

בכפוף למילוי כל התחייבותיו של משרד הפרסום לפי תנאי הסכם זה על נספחים לשביעות רצונה המלא של האוניברסיטה, תשלם האוניברסיטה למשרד הפרסום את התמורה כמפורט להלן (להלן: "התמורה"):

1) עבור שירותי הפרסום ורכש המדיה - ישולמו למשרד הפרסום 2 הרכיבים להלן-
א. התמורה לאמצעי התקשורת- שתיקבע בהתאם למחירון אמצעי התקשורת כפי שיהיה בתוקף בעת מועד הפרסום בניכוי אחוז ההנחה מן המחירון של אמצעי התקשורת כמפורט בטבלת הפרסום ורכש המדיה שבמפרט השירות וההצעה הכספית נספח א' להסכם, אותו התחייב משרד הפרסום להעניק לאוניברסיטה בגין שירותי רכש המדיה, או אחוז גבוה מזה שהוצע-כפי שיוסכם בין הצדדים (להלן: "התמורה לאמצעי התקשורת").

ב. שיעור עמלה אחיד בגובה 8% מן התמורה לאמצעי התקשורת, כהגדרתה לעיל אשר יהווה את דמי השירות להם יהיה זכאי משרד הפרסום בגין שירותי הפרסום הנלווים לרכש המדיה כגון – פלנינג, קריאטיב, עיצוב וכיו"ב כמפורט במפרט השירות וההצעה הכספית נספח א' להסכם (להלן: "דמי שירות").

2) עבור שירותי פרסום נוספים- במידה שהאוניברסיטה תבחר, על פי שיקול דעתה הבלעדי והמוחלט, להשתמש בשירותי פרסום נוספים של משרד הפרסום, ישולם למשרד הפרסום המחיר שהוצע על ידו לרכיבים הנכללים בטבלאות "שירותי הפרסום הנוספים" שבמפרט השירות וההצעה הכספית המצורף להסכם זה כנספח א' בהתאם לסוג הרכיבים שיוזמנו ולכמותם, או כל מחיר אחר שעליו יסכימו הצדדים במסגרת מו"מ ביניהם ושכלל מקרה לא יעלה על המחיר המוצע האמור. בגין שירותים אלו לא יהיה זכאי משרד הפרסום לעמלה או תמורה נוספת.

ב. במידה והאוניברסיטה תתקשר במישרין עם אמצעי התקשורת כמצוין בסעיף 4(כ) לעיל, תהא רשאית האוניברסיטה לחייב את משרד הפרסום לספק לה את שירותי הפרסום הנלווים לרכש המדיה וזאת בתמורה ל"דמי השירות" כהגדרתם לעיל, שיחושבו כשיעור עמלה אחיד בגובה 8% מן הסכום אותו תשלם האוניברסיטה לאמצעי התקשורת.

ג. במידה ויידרש רכש מדיה באמצעי תקשורת שאינו מנוי בטבלת הפרסום ורכש המדיה שבנספח א' יידרש משרד הפרסום לנהל מו"מ עם אמצעי התקשורת לצורך קבלת המחיר הנמוך ביותר ולהציעו לאוניברסיטה. במידה והאוניברסיטה תהיה מעוניינת לבצע את רכש המדיה במחיר זה, התמורה תורכב מן המחיר שיוסכם בין הצדדים שיהווה את התמורה לאמצעי התקשורת, בתוספת "דמי השירות" כהגדרתם לעיל.

ד. מובהר כי התמורה כאמור לעיל, הינה בגין מלוא "השירות", על כל מרכיביו ועלויותיו, ובכלל זה הגדרת הקו הפרסומי, קריאטיב, עיצוב וגרפיקה, תכנון מדיה, תכנות, הפקות אינטרנט ואחסון קמפיינים במסגרת הזוכה וכל שירות נלווה אחר שנדרש במסגרת הסכם זה על נספחיו תוך עמידה בלוחות זמנים הנקובים בנספח ה'.

ה. התמורה כאמור, הינה סופית ולא תתווסף עליה כל תוספת באשר היא.

ו. משרד הפרסום ישא בכל העלויות הכרוכות בפרסום חוזר ו/או תיקון לפרסום בו נפלה טעות, על כל המשתמע מכך, וכן ישא בקנסות בגין אי עמידה בלוחות הזמנים כמפורט להלן.

- ז. התמורה כהגדרתה לעיל, על כלל מרכיביה, תשולם למשרד הפרסום בריכוז חודשי, בתנאי שוטף + 60 יום ממועד קבלת החשבונית באוניברסיטה, בתוספת מע"מ כשיעורו בדין במועד הוצאת החשבונית.
- ח. למען הסר ספק, מובהר כי התשלום בגין שירותי הפרסום ורכש המדיה על שני מרכיביו- דמי השירות והתמורה לאמצעי התקשורת, יועבר גם הוא על ידי האוניברסיטה למשרד הפרסום באותם תנאים ומועדים כאמור בס"ק ז' לעיל, זאת לצורך העברת התמורה לאמצעי התקשורת על ידי משרד הפרסום וכל זאת-בלבד שלא נפלו בפרסום טעויות ולא נתגלעו חילוקי דעות לגבי הפרסום.
- ט. מבלי לגרוע מן האמור בס"ק ח' לעיל, מובהר כי משרד הפרסום יהא רשאי לסכם עם אמצעי התקשורת מועדי תשלום אחרים להעברת התמורה לאמצעי התקשורת, ובמידה שיעשה כן, יהא אחראי באופן בלעדי על עמידתו במועדי התשלום שסוכמו, זאת אף אם המועדים שסיכם עם אמצעי התקשורת יקדימו את מועד העברת התמורה אליו על ידי האוניברסיטה.
- י. מאחר שהתמורה לאמצעי התקשורת תועבר באמצעות משרד הפרסום, יהא משרד הפרסום אחראי כלפי האוניברסיטה, באחריות מוחלטת, להעברת תשלום זה לאמצעי התקשורת כאמור בגין הפרסום בו (בין באמצעותו ובין באמצעות סוכניו של אמצעי התקשורת) ולכל נזק ו/או הפסד שייגרמו לאוניברסיטה בקשר עם העברת התשלום ו/או אי עמידה במועדי התשלום.
- יא. תנאי להעברת התשלום בגין שירותי הפרסום ורכש המדיה יהא הצגת חשבון מפורט לאוניברסיטה לפי תאריכי פרסום שיציג בין היתר את אחוזי ההנחה שניתנו, את מחירי המחירון העדכניים ואת רכיב העמלה, במצורף לתגזיר ו/או העתק הפרסום המקורי באמצעי התקשורת, הזמנת עבודה התומה ע"י הגורם האחראי באוניברסיטת חיפה ואישור תקף לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים (אכיפת ניהול חשבונות ותשלום חובות מס), תשל"ו-1976 והתקנות שהותקנו על פיו.

7. מודל פרס קנס

לאחר חתימת ההסכם תגדיר האוניברסיטה את יעדיה למשרד הפרסום במסגרת דיון משותף.

- א. בתום כל שנה תקציבית ורק לאחר חלוף שנה ממועד תחילת תקופת ההתקשרות תבצע האוניברסיטה "דירוג עמידה ביעדים" בין היתר בהתאם לטפסי המשוב של היחידות השונות באוניברסיטה (להלן: "הדירוג השנתי") ולפי תוצאותיו של הדירוג השנתי כאמור ביחס ליעדים שהוגדרו על ידה, תהא רשאית האוניברסיטה להחליט לתגמל את משרד הפרסום בבנוס כספי שלא יעלה על 1% מכלל התמורה שתשולם למשרד הפרסום באותה שנה (כולל מע"מ).
- באותה מידה תהיא רשאית האוניברסיטה בהתאם לתוצאות הדירוג להטיל על משרד הפרסום קנס כספי על אי עמידה ביעדים שהוגדרו על ידה, הכל בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי של האוניברסיטה. גובה הקנס הכספי שיוטל על משרד הפרסום לשנה תקציבית בגין אי עמידה ביעדים להנחת דעתה של האוניברסיטה בכל מקרה לא יעלה על 25,000 שקלים חדשים כולל מע"מ. לאוניברסיטה שיקול דעתה אם לקצוב מלוא סכום הקנס כנקוב בס"ק זה, או חלק הימנו.
- הדירוג השנתי יכלול ארבעה פרמטרים כדלקמן: עליה באחוזי המודעות, עליה באחוזי המממשים את ההרשמה לאוניברסיטה, ציון האוניברסיטה למתן מענה מהיר, ציון האוניברסיטה לביצועי הקמפיין (כמות לידים/איכות לידים).
- ב. מבלי לגרוע מן האמור לעיל ומשאר הזכויות והסעדים המוקנים לאוניברסיטה על פי הוראות הסכם זה ו/או כל דין, תהיה האוניברסיטה רשאית לקנוס את משרד הפרסום בגין אי עמידה בלוחות הזמנים כמפורט בנספח ה' להסכם זה - סך של 1000 ₪ לכל יום, וזאת ללא צורך בהוכחת נזק.
- ג. סכומי הקנס המפורטים בסעיף זה יחשבו כחוב לאוניברסיטה והאוניברסיטה תהיה רשאית לקזום מכל סכום אותו היא חייבת למפעיל מבלי שתהיה חייבת לתת הודעת קיזוז. אין בהודעה זו כדי לגרוע מזכויות האוניברסיטה על פי ההסכם ועל פי הדין.

- א. משרד הפרסום מתחייב לשמור בסודיות ולא לאפשר העברת כל מידע הנוגע לאוניברסיטה ו/או ליחידותיה, שהגיע לידיעתו במהלך ו/או עקב מתן "השירות", כמפורט בהתחייבות לשמירת סודיות שנחתמה על ידו, המצ"ב, מסומנת נספח ב', ומהווה חלק בלתי נפרד מההסכם.
- ב. משרד הפרסום ידאג להחתים את בעליו ו/או בעלי שליטה ו/או בעלי מניות במשרד הפרסום וכן את עובדיו ו/או קבלני מישנה ו/או גורמים שלישיים כלשהם, להם ידרש לצורך מתן "השירות" על טופס ההתחייבות כאמור, ויודא כי יקיימו התחייבות זו.
- ג. משרד הפרסום לא יעשה שימוש בכל מידע כאמור אלא למטרה לשמה נועד, במידת הנדרש בלבד ובקשר עם ביצוע הסכם זה, בתוך תקופת ההסכם ולאחריו.
- ד. משרד הפרסום מתחייב בזאת כי במהלך כל תקופת ההתקשרות כהגדרתה בהסכם זה ועד חלוף שישה חודשים ממועד סיומה ימנע מלקיים כל פעילות ו/או קשר ו/או להעניק שירותי פרסום שונים ובפרט שירותי פרסום ורכש מדיה בתחום עידוד הרשמה (במישרין או בעקיפין) לכל אוניברסיטאות המחקר ו/או מוסדות אחרים להשכלה גבוהה, הכל כמפורט בהתחייבות לשמירת סודיות והימנעות מניגוד עניינים המצורפת כנספח ב' להסכם זה ומהווה חלק בלתי נפרד הימנו.
- בכל מקרה שבו למשרד הפרסום קיים חשש לקיומו של ניגוד עניינים כאמור, יודיע על כך לאוניברסיטה בהזדמנות הראשונה בכתב, והאוניברסיטה תהא רשאית לדרוש ממשרד הפרסום להימנע מקיום קשר כאמור, ומשרד הפרסום יענה לדרישת האוניברסיטה. ההתחייבות להימנעות מניגוד עניינים האמורה תחול על כל עובדיו ו/או יועציו של משרד הפרסום ובעליו ו/או בעלי שליטה בו ו/או בעלי מניות בו, ומשרד הפרסום יביא תוכן ההתחייבות זו לידיעתם ויעשה את כל המאמצים הנדרשים, על מנת לוודא כי התחייבות זו תקויים במלואה על ידם.

9. זכויות יוצרים – אחריות

- א. האוניברסיטה תהא בעלת זכויות היוצרים היחידה ובעלת מלוא הזכויות האחרות מכל סוג שהוא, בין זכויות קניין רוחניות ובין רשיונות 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 "השירות" עפ"י הסכם זה, בין ע"י משרד הפרסום ובין ע"י צדדים שלישיים (להלן – "מלוא הזכויות") לרבות אך מבלי לפגוע בכלליות האמור, היצירות המפורטות כדלקמן: טקסט או טקסט אמנותי, עיצוב, גרפיקה ודברי אומנות אחרים, סרטונים, תשדירים, לחנים, הקלטות, גיינגלים, מאמרים, סיסמאות, תצוגות, חמרי פרסום, מוצרי תדמית ותצלומים שנעשו או יוצרו בהתאם להסכם זה – אם השתמשו בהם ואם לאו.
- משרד הפרסום, בהזמינו שרותי פרסום מגורמי משנה או מיוצרים בהתאם להסכם זה, יעמיד תנאי וישיג 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 משרד הפרסום הסכם המגדיר זכויות אלה לאישורה המוקדם של האוניברסיטה.
- ב. מוסכם במפורש שלאוניברסיטה זכות מוחלטת להשתמש, לייצר, לשדר, להקרין, להפיץ, לתרגם, להכניס כל שינוי או תיקון, צמצום או הרחבה כפי שנראה לה בכל יצירה, רעיון, תהליך וחומר פרסומי שנרכשו על ידה (לרבות מוזיקה, תמונות, פונטים וכו'). על משרד הפרסום להבטיח הלכה למעשה אפשרות של מימוש זכות זו ע"י האוניברסיטה – באמצעות הכללת תנאים מתאימים בהסכמים או הסדרים עם הנוגעים בדבר, לרבות ויתור מפורש של היוצר על זכותו המוסרית למנוע שינויים עפ"י חוק זכויות יוצרים.
- מוסכם במפורש, שהאוניברסיטה תהא משוחררת מכל אחריות לגבי כל תביעה לזכות כלשהי, לרבות זכות יוצרים או זכות מבצעים, ומשרד הפרסום יהא אחראי היחיד לגבי כל תביעה שבאה כתוצאה מאי הבטחת זכויות האוניברסיטה כאמור בהסכם זה.
- משרד הפרסום יפצה וישפה את האוניברסיטה בגין כל סכום שתחוייב בו, כולל הוצאותיה המשפטיות, אם תחוייב, כתוצאה מאי קיום הוראות סעיפים אלה ע"י משרד הפרסום.

- ג. משרד הפרסום יודא ויבטיח מראש כי במסגרת "השירות" שיספק 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 כזה ולקבל אישורה המוקדם. משרד הפרסום יודא ויבטיח כי כל פרסום שיעשה במסגרת "השירות", יעשה כדין ובטעם טוב ולא יהיה בו כדי לפגוע בקבוצה כלשהי באוכלוסייה, וידאג לקבל אישור האוניברסיטה מראש, לכל פרסום אשר עולה ממנו חשש כזה.
- ד. משרד הפרסום מתחייב במהלך כל תקופת ההתקשרות לשמור ולאחסן את כל חומרי פרסום שהופקו עבור האוניברסיטה ולדאוג לאבטחת מידע זה בכל האמצעים המקובלים בשוק ובמועד סיום תקופת ההתקשרות או במועד אחר שיידרש ע"י האוניברסיטה מתחייב משרד הפרסום להזין את כל נתוני הפרסום והשירות שיבוצעו על ידו עבור האוניברסיטה, לרבות קבצים ויזואליים וגרפיים, על גבי מדיה ניידת קבועה כדוגמת CD ו/או DISK ON KEY ו/או כל אמצעי אחר המקובל בשוק ולהעביר אותם לידי האוניברסיטה, אשר תהיה רשאית לעשות בהם כרצונה.
- ה. משרד הפרסום יהיה האחראי הבלעדי במקרה ויתברר כי בפרסום כלשהו יש משום עבירה על החוק, לרבות החוקים העוסקים בפרסום פוגע, הגבלות על פרסומת לקטינים, הטעייה בפרסום וכיוצא ב"ב, או אם בפעילותו פגע בזכות הפרטיות או בזכות לחיסיון מאגרי מידע או עבר על החוק או פעל בניגוד לרשיון שקיבל מהרשויות או ביצע פעילות כלשהי הטעונה היתר בהעדרו.
- ו. משרד הפרסום יהיה אחראי להכין ולקבל אישור לכל תקנון או היתר הנדרש בחוק בקשר עם מבצעים והגרלות.

10. תקופת ההתקשרות

- א. ההתקשרות עם משרד הפרסום בהסכם זה תהא למשך 24 חודשים, שתחילתם בתאריך 01.05.2015 וסיומם ב-01.05.2017 או במועד נדחה כפי שייקבע על ידי האוניברסיטה ובהתאם לשיקול דעתה (להלן: "**תקופת ההסכם**" או "**תקופת ההתקשרות**").
- ב. על אף האמור בס"ק א' לעיל, תהא לאוניברסיטה הזכות, להביא לסיום ההסכם ו/או כל אחד ממרכיביו בתום 6 חודשים מתחילת תקופת ההתקשרות ובכל עת שתראה לאחר מכן בשל אי שביעות רצון מאופן מתן השירות או מכל סיבה אחרת, בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי ובהודעה של 7 ימים מראש ובכתב, מבלי שהסיום האמור יהווה הפרה ומבלי שהדבר יזכה את הזוכה בפיצוי ו/או תשלום באשר הם.
- ג. לאוניברסיטה נתונה האופציה להאריך את תקופת ההסכם, באותם תנאים, בכפוף למילוי מלוא התחייבויות הזוכה על פי ההסכם במשך תקופת ההתקשרות והארכת תוקף הערבות **מסמך ד'** בתנאי מסמך ה', לשלוש תקופות נוספות של 12 חודשים כל אחת. בהודעה בכתב שתומצא לזוכה לא יאוחר מ- 60 לפני סיום תקופת ההסכם.
- ד. אין באמור לעיל כדי לגרוע מזכות האוניברסיטה לבטל את ההסכם עקב הפרתו על ידי משרד הפרסום הכל כמפורט בהסכם (**מסמך ה'**).

11. עובדי משרד הפרסום

- א. "עובדי משרד הפרסום" לצורך הסכם זה הנם הסופרוויזר, התקציבאים, הארט דירקטור מנהל מח' אינטראקטיב וכל עובד אחר של משרד הפרסום המועסק על ידו בקשר עם מתן השירותים לפי הסכם זה.
- ב. משרד הפרסום יקפיד על שירות ברמה גבוהה ואדיבה ויפקח על קיום הוראות אלה על ידי עובדיו.

- ג. משרד הפרסום מתחייב בזה לקבל את עובדיו לעבודה רק עפ"י ובהתאם להוראות חוק שירות התעסוקה, כמפורט בהוראות כל דין.
- ד. משרד הפרסום מתחייב שלא להעסיק במתן השירות עובדים שהעסקתם מחייבת היתר מיוחד, אם אין ברשותו היתר כזה.
- ה. משרד הפרסום מתחייב שלא להעסיק במתן השירות עובדים שהינם מתחת לגיל 18 (אלא בהתאם למגבלות חוק שירות התעסוקה תשי"ט-1957) ועובדים שאינם אזרחי ישראל.
- ו. משרד הפרסום מתחייב שלא להעסיק במתן השירות עובדי אוניברסיטה
- ז. משרד הפרסום מתחייב לשלם לעובדיו את שכר עבודתם, לא יאוחר מה- 9 בכל הודש.
- ח. על משרד הפרסום לקיים את כל ההוראות המתייחסות לתנאי עבודה לרבות שכר מינימום, הגנת השכר, זכויות סוציאליות, משמרת שנייה, שעות נוספות, נסיעות, עבודת לילה, זכויות פנסיוניות, עמידה במועדי תשלומי שכר וניכוי כל הסכומים אותם חייב מעסיק בניכוי – הכל, על פי כל דין והסכם החלים על היחסים שבין משרד הפרסום לבין עובדיו.
- ט. משרד הפרסום ישלם לעובדיו כל תשלום ו/או זכות המגיעים להם עפ"י דין, הסכם קיבוצי או צו הרחבה החלים עליהם וכן לפי הוראות הסכם זה. הפרת סעיף זה מהווה הפרה יסודית של ההסכם ועילה לביטולו.
- י. משרד הפרסום מתחייב להסדיר את יחסי העבודה בינו לבין עובדיו בהסכם העסקה התואם את דרישות הסכם זה. הפרת סעיף זה מהווה הפרה יסודית של ההסכם ועילה לביטולו.
- יא. משרד הפרסום ימציא לכל עובדיה הודעה לפי חוק הודעה לעובד (תנאי עבודה), תשס"ב-2002.
- יב. האוניברסיטה רשאית לערוך ביקורות במטרה לבדוק את עמידתו של משרד הפרסום בחוקי העבודה, צווי ההרחבה וההסכמים הקיבוציים הרלבנטיים. משרד הפרסום מתחייב לשתף פעולה באופן מלא עם הביקורות, במסגרתן יידרש להציג, בין היתר, תלושי שכר, דוחות נוכחות, חשבונות, דוחות מגופים חיצוניים (כגון הפרשות לפנסיה, תשלומים למס הכנסה ולביטוח הלאומי) וכל מסמך אחר הדרוש לביצוע הביקורות. נמצאה הפרה של זכויות עובדים תהיה זאת הפרה יסודית של הסכם ההתקשרות.
- יג. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, משרד הפרסום מתחייב להמציא לאוניברסיטה אחת ל-6 חודשים אישור מאת רו"ח כי משרד הפרסום משלם לעובדיו את כל התשלומים החלים עליו לפי חוקי העבודה והסכמים החלים על עובדי משרד הפרסום ו/או כל גוף אחר מטעמו, לרבות שכר מינימום, תוספת שעות נוספות, הפרשות לפנסיה, ביטוח לאומי, חופשה, הבראה ונסיעות.
- יד. האוניברסיטה רשאית לבדוק ספרי משרד הפרסום על מנת לוודא תשלום כדן כאמור, ומשרד הפרסום מתחייב לחשוף בפני מבקר מטעמה כל מסמך הנוגע לתשלום לעובדיו עפ"י דין כאמור, לרבות אישור רו"ח עדכני.
- טו. למען הסר ספק מובהר כי האוניברסיטה תהא רשאית לבטל ההסכם לאלתר במידה ויוכח לה כי משרד הפרסום לא מילא אתר ההוראות דלעיל במהלך מימוש ההסכם מבלי שיהא בכך משום הפרתו על ידי האוניברסיטה ומבלי שמשרד הפרסום יהא זכאי לפיצוי כלשהו.
- טז. האוניברסיטה רשאית להורות בכל עת למשרד הפרסום להפסיק להעסיק עובד מסוים בביצוע השירותים לאוניברסיטה לפי ההסכם, או להחליפו באחר, עם נימוק סביר ולפי שיקול דעתה הבלעדי. הורתה האוניברסיטה כאמור, יהיה משרד הפרסום חייב להפסיק העסקתו של העובד לאלתר וימנע ממנו כל גישה למידע שהתקבל ו/או שקיים ברשותו בקשר עם הסכם זה. הוראה כאמור לא תגרע מהתחייבותיו של משרד הפרסום על פי הסכם זה.

- יז. כל הוצאה שתידרש ו/או שתהא כרוכה במילוי דרישה מאלה האמורות בס"ק ט' לעיל, לרבות, אך מבלי לפגוע בכלליות האמור לעיל, תשלום פיצויי פיטורין, תחול על משרד הפרסום ותשלום על ידו.
- יח. משרד הפרסום מתחייב לא להרשות ולא לאפשר כניסתם של אנשים זרים או של אנשים שלא אושרו על-ידי האוניברסיטה למתחם האוניברסיטה.
- יט. כל מי מטעם משרד הפרסום שיבצעו את השירותים, יעברו הליכי אישור וקבלה בהתאם לנהלי האוניברסיטה. משרד הפרסום מתחייב לקבל מראש את הסכמת האוניברסיטה לגבי העסקת כל עובד מעובדיו במתן השירותים.
- כ. משרד הפרסום מתחייב לבטח את עובדיו, על פי פוליסת ביטוח מתאימה, מפני כל פגיעה ונזק בהתאם להוראות הסכם זה להלן.

12. העדר תחולת יחסי עובד מעביד

- א. מוסכם ומוצהר בזאת מפורשות כי בין האוניברסיטה לבין משרד הפרסום ו/או עובדיו ו/או מי מטעמו שיפעל בקשר להסכם זה (להלן ביחד: "עובדי משרד הפרסום") לא מתקיימים ולא יתקיימו יחסי עובד ומעביד, וכי כל זכות שיש לאוניברסיטה לפקח, לבקר, להורות ו/או להדריך מי מעובדי משרד הפרסום בקשר למתן השירות אינה אלא אמצעי להבטיח ביצוע נאות של ההסכם, ואין בה כדי ליצור יחסי עובד ומעביד בין האוניברסיטה לבין מי עובדי משרד הפרסום. הצדדים שבים ומצהירים שהיחסים ביניהם הם יחסי מזמין שירות - קבלן עצמאי לכל דבר ועניין.
- ב. משרד הפרסום מאשר בזאת כי הסכמת האוניברסיטה להתקשר עימו בהסכם זה מבוססת על כל האמור לעיל ולהלן והוא מתחייב בזאת שלא לטעון כנגדה כל טענה בניגוד לכך ואף לא לפתוח בכל הליך משפטי - או אחר - אשר מטרתו או תוצאתו היא קביעת קיומם של יחסי עובד ומעביד בין האוניברסיטה לבין משרד הפרסום ו/או מי מעובדי משרד הפרסום.
- ג. משרד הפרסום לבדו הוא שיישא במלוא התשלומים והחובות הנובעים מעבודתם של עובדיו או כרוכים בה, לרבות במלוא שכרם של עובדי משרד הפרסום וישלם כל תשלום, גמול או זכות המגיעים לעובדי משרד הפרסום לפי כל דין, הסכם או נוהג, ולרבות תשלום מלוא שכר עבודה, גמול שעות נוספות ועבודה במנוחה שבועית, דמי חופשה, דמי הבראה, דמי מחלה, דמי חגים, תשלום עבור זכויות סוציאליות, פיצויי פיטורים, תמורת הודעה מוקדמת, החזר הוצאות נסיעות, תשלומים מכח הסכמים קיבוציים וצווי הרחבה וכיוצא ב. מבלי לגרוע מן האמור לעיל מתחייב משרד הפרסום לשלם ולהפריש במועדם כל תשלום והפרשה החלים עליו על פי דין בקשר להעסקת עובדי משרד הפרסום, לרבות כל תשלומי המס, ביטוח לאומי ויתר תשלומי החובה המגיעים עפ"י דין בגין תשלום שכר העבודה והזכויות לעובדי משרד הפרסום כפי שיהיו בתוקף מעת לעת.
- ד. משרד הפרסום יציג לאוניברסיטה כל אסמכתא שתדרש על ידה בכל הנוגע להפרשות ו/או תשלומים שביצע בגין עובדי משרד הפרסום.
- ה. מוסכם כי התמורה הכוללת שעליה הסכימו האוניברסיטה ומשרד הפרסום בחוזה זה נקבעה בהתחשב בעובדה שעובדי משרד הפרסום אינם בגדר "עובדים" של האוניברסיטה, כך שלא תהיינה לאוניברסיטה כל עלויות נוספות בגין התקשרותה עם משרד הפרסום ו/או סיום ההתקשרות, והתמורה המוסכמת עפ"י חוזה זה היא העלות המלאה, הכוללת והבלעדית שתהיה לאוניברסיטה בגין כל הקשור בקבלת השירות מאת משרד הפרסום.
- ו. האוניברסיטה תהיה רשאית לקזז כל סכום שיגיע ממנה למשרד הפרסום ו/או מי מעובדיו, לרבות סכומים שייפסקו נגדה לטובת משרד הפרסום ו/או מי מעובדיו על פי החלטה שיפוטית כלשהי מכספים אשר היא חייבת למשרד הפרסום ו/או מי מעובדיו, וזאת מבלי לפגוע בכל זכות ו/או סעד אחר העומדים ו/או שיעמדו לאוניברסיטה בגין או עקב כך.

ז. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, משרד הפרסום מתחייב לשפות ולפצות את האוניברסיטה מיד עם דרישתה הראשונה בגין כל הוצאה הפסד או חבות שהאוניברסיטה תחויב בהם, לרבות אך מבלי לגרוע מכלליות האמור הוצאות משפט ושכ"ט עו"ד אם יקבע על ידי ערכאה משפטית כי האוניברסיטה הינה המעסיקה של עובדי משרד הפרסום ו/או כי האוניברסיטה היא שנושאת באחריות לנזק ו/או כי האוניברסיטה היא שצריכה לשלם איזה תשלום שעליו לא הוסכם בהסכם זה.

ח. שום דבר האמור בהסכם זה לא יפורש כמסמך את הקבלן להופיע בשם האוניברסיטה או מטעמה, או כמקנה לו מעמד של נציג האוניברסיטה בעניין כלשהו או למטרה כלשהי.

13. איסור העברה

א. משרד הפרסום אינו רשאי להמחות, להסב או להעביר הסכם זה, כולו או מקצתו, לאדם או גוף כלשהם, וביצוע השירות על ידי משרד הפרסום על פי הסכם זה יעשה אך ורק על ידי (ועל ידי עובדיו) ולא כל גוף ו/או אדם אחר, אלא אם כן אישרה האוניברסיטה מראש ובכתב כי השירות ו/או כל חלק ממנו יבוצעו על ידי גוף או אדם אחר מטעם משרד הפרסום. כמו כן, לא יהא משרד הפרסום רשאי לשעבד את זכותו מכוח הסכם זה, כולן או מקצתן בשעבוד מדרגה כלשהי.

ב. במידה ותאשר האוניברסיטה ביצוע על ידי אחר מטעם משרד הפרסום כאמור, מובהר כי כל חובותיו של משרד הפרסום לפי הסכם זה ימשיכו לחול על משרד הפרסום ויחולו בנוסף גם על אותו גוף או אדם מטעמו ומשרד הפרסום מתחייב לוודא ולגרום לכך כי אותו גוף או אדם יהא מודע לכך ויבצע חיוביו לפי ההסכם.

ג. במקרה זה מובהר כי משרד הפרסום, והוא בלבד, יהיה אחראי כלפי האוניברסיטה וכלפי כל צד ג' שהוא, בגין כל נזק ו/או הפסד, ישיר או עקיף, שיגרם לאוניברסיטה ו/או למשרד הפרסום ו/או לכל צד ג' שהוא בקשר עם ביצוע "השירות" או כל חלק ממנו.

ד. האוניברסיטה מאידך, תהיה רשאית להעביר, להסב או להמחות הסכם זה, כולו או מקצתו, מבלי שיהא בכך לפגוע בזכויותיו של משרד הפרסום.

ה. היה משרד הפרסום חברה בע"מ או שותפות מוגבלת- תחשב העברת/המחאת/שיעבוד מניות ו/או שינוי מנהלים הפרת הוראות סעיף זה.

ו. במקרה של שינוי בבעלי המניות במשרד הפרסום, או במקרה "שהסופרווייזר" לא ימנה על מנהלי ו/או עובדי משרד הפרסום, תהא האוניברסיטה רשאית להביא הסכם זה לסיום מבלי שחדבר יהווה הפרה ו/או יזכה את משרד הפרסום או מי מטעמו בפיצוי ו/או תשלום, באשר הם.

14. בטחונות

א. עם חתימת הסכם זה, ימציא משרד הפרסום לידי האוניברסיטה ערבות בנקאית צמודה למדד המחירים לצרכן ע"ס 50,000 ₪ (חמישים אלף שקלים) בנוסח אשר צורף כמסמך ד' למסמכי המכרז. ערבות זו תעמוד בתוקפה עד למועד של 90 יום לאחר תום תקופת ההתקשרות ותשמש להבטחת ביצוע מלוא התחייבויות משרד הפרסום על פי הוראות הסכם זה.

ב. אין באמור בסעיף זה משום הגבלת אחריותו של משרד הפרסום לסכום הערבות דלעיל.

ג. על משרד הפרסום יהא להשלים מידיית את סכום הערבות בנסיבות חילוטה, כולה או חלקה, על פי הסכם זה.

א.

מבלי לגרוע מאחריות משרד הפרסום על פי הסכם זה ו/או על פי כל דין, מתחייב משרד הפרסום לערוך ולקיים, על חשבונו, לטובתו ולטובת האוניברסיטה למשך כל תקופת ההסכם וכל עוד אחריותו מכוחו קיימת, את הביטוחים בהתאם לתנאים ולסכומים שלא יפחתו מהמפורט באישור עריכת הביטוח המצורף להסכם זה כנספח ד', והמהווה חלק בלתי נפרד ממנו (להלן: **"ביטוחי משרד הפרסום"** ו/או **"אישור עריכת הביטוח"**, לפי העניין), אצל חברת ביטוח מורשית כדין בישראל ובעלת מוניטין.

ביטוחי משרד הפרסום יהיו קודמים לכל ביטוח הנערך על ידי האוניברסיטה.

כן מתחייב משרד הפרסום לערוך ולקיים על חשבונו, למשך כל תקופת ההסכם, 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 השירות. כן מתחייב משרד הפרסום לערוך ביטוח אחריות כלפי צד שלישי רכוש לכל כלי רכב כאמור.

ב.

מובהר כי גבולות האחריות הנדרשים במסגרת ביטוחי משרד הפרסום כמפורט באישור עריכת הביטוח הינם בבחינת דרישה מזערית המוטלת על משרד הפרסום. משרד הפרסום מצהיר ומאשר כי יהיה מנוע מלהעלות כל טענה כלפי האוניברסיטה ו/או מי מטעמה בכל הקשור לגבולות האחריות כאמור.

ג.

ללא צורך בכל דרישה מצד האוניברסיטה, מתחייב משרד הפרסום להמציא לידי האוניברסיטה, לפני תחילת מתן השירות נשוא הסכם זה וכתנאי מוקדם להתקשרות ו/או לכל תשלום על חשבון התמורה, את אישור עריכת הביטוח, כשהוא חתום בידי מבטחיו.

מיד בתום תקופת הביטוח, מתחייב משרד הפרסום להמציא לידי האוניברסיטה אישור עריכת ביטוח מעודכן בגין חידוש תוקף ביטוחי משרד הפרסום לתקופת ביטוח נוספת, ומידי תקופת ביטוח, כל עוד הסכם זה בתוקף.

מבלי לגרוע מהאמור לעיל, ובכל הנוגע לביטוח כאמור בסעיף 1 לאישור עריכת הביטוח (ביטוח אחריות מקצועית), מתחייב משרד הפרסום להמשיך ולהחזיק ביטוח זה בתוקף ולהציג בפני האוניברסיטה אישור עריכת ביטוח בגינו, במועדים כאמור ולמשך שבע שנים נוספות לפחות ממועד תום מתן השירות על פי ההסכם.

ד.

משרד הפרסום פוטר את האוניברסיטה ו/או מי מטעמה מאחריות לכל אובדן ו/או נזק לרכוש המובא על ידו ו/או מי מטעמו לחצרי האוניברסיטה ו/או המשמש לצורך מתן השירות. האמור לעיל בדבר פטור מאחריות לא יחול לטובת אדם שגרם לנזק בזדון.

ה.

אם לדעת משרד הפרסום יש צורך בעריכת ביטוחים נוספים ו/או משלימים לביטוחי משרד הפרסום המפורטים בהסכם זה, מתחייב משרד הפרסום 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 (ובלבד שהויתור על זכות התחלוף כאמור לא יחול לטובת אדם שגרם לנזק בזדון). כל ביטוח חבות נוסף ו/או משלים יורחב לכלול את האוניברסיטה כמבוטח נוסף (כמזמינת השירותים), בכפוף לסעיף אחריות צולבת.

ו.

מבלי לגרוע מכל הוראה מהוראות הסכם זה לעניין הסבת ההסכם, ובמקרה בו השירותים נשוא הסכם זה ו/או חלק מהם יינתנו על ידי קבלן משנה מטעם משרד הפרסום, מתחייב משרד הפרסום לדאוג כי בידי קבלן המשנה פוליסות ביטוח בהתאם לתנאים ולסכומים הנדרשים על פי הסכם זה. למען הסר ספק מובהר בזאת כי משרד הפרסום הוא הנושא באחריות כלפי האוניברסיטה ביחס לשירותים במלואם לרבות שירותים שניתנו ו/או אמורים היו להינתן על ידי קבלן משנה והוא יהיה אחראי לשפות ו/או לפצות את האוניברסיטה בגין כל אובדן ו/או נזק שייגרם, במישרין או בעקיפין, עקב שירותים שניתנו ו/או אמורים היו להינתן על ידי קבלן המשנה, אם ייגרם, בין אם אובדן ו/או נזק כאמור מכוסה במי מהפוליסות דלעיל ובין אם לאו.

- א. הפר משרד הפרסום לדעת האוניברסיטה, התחייבויותיו על פי הסכם זה ונספחיו, ולא תיקן ההפרה תוך 7 ימים מדרישת האוניברסיטה ו/או מי מטעמה, תהא רשאית האוניברסיטה לעשות הפעולות כדלקמן, כולן או מקצתן:
- (1) לתת לאדם/גוף אחר לתקן את ההפרה ו/או לתקנה בעצמה ולחייב את משרד הפרסום בהוצאות התיקון.
 - (2) לממש הערבות הבנקאית כולה או חלקה, כאמור בסעיף 9 לעיל.
 - (3) לתבוע את משרד הפרסום בגין הנזק.
 - (4) לבטל את ההסכם ולהפסיק את ההתקשרות.
- ב. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, מוסכם בזאת כי הפרתן של הוראות סעיפים 5-2, 8, 9(ג)—9(ד) ו-11-13 ע"י משרד הפרסום תהווה הפרה יסודית המצדיקה ביטול הסכם זה ע"י האוניברסיטה לאלתר, וזאת מבלי לגרוע מסעדים אחרים העומדים לאוניברסיטה לפי הסכם זה ו/או על פי כל דין.
- ג. מבלי לגרוע מן האמור לעיל האוניברסיטה תהא רשאית לבטל את ההסכם באופן מידי בקרות כ"א מהמקרים הבאים:
- 1א. הוגשה נגד משרד הפרסום בקשה לפירוק ו/או כינוס לרבות בקשה למינוי מפרק זמני ו/או בקשה למינוי כונס נכסים זמני או בקשה להקפאת הליכים על פי סעיף 350 לחוק החברות, וההליך לא בוטל בתוך 60 ימים מיום פתיחת הליך.
 - 2א. אם יוטל עיקול על נכסי משרד הפרסום, באופן אשר עלול לפגוע ביכולתו לבצע את ההסכם והעיקול לא בוטל בתוך 60 ימים מיום הטלתו.
- ד. אין באמור לעיל בסעיף זה ו/או בשימוש בו כדי לגרוע מכל זכות ו/או סעד להם זכאית האוניברסיטה לפי ההסכם ו/או הדין.
- ה. הודיעה האוניברסיטה על ביטול ההסכם ימשיך משרד הפרסום לבצעו עד ליום שנקבע לסיום בהודעה, אלא אם האוניברסיטה החליטה אחרת.

17. סיום תקופת ההתקשרות

- א. עד לא יאוחר מ-30 יום לאחר תום תקופת ההתקשרות ו/או סיומה מכל סיבה שהיא, יעביר משרד הפרסום לאוניברסיטה ויעמיד לרשותה כל רכוש, חומרים וזכויות שבפיקוחו או ברשותו של משרד הפרסום ו/או הנמצאים בידי אמצעי תקשורת כלשהו והשייכים לאוניברסיטה, וכל מידע אחר הנוגע לאוניברסיטה, כולל חומר שלא נעשה בו שימוש. מובהר בזאת כי כל דברי פרסום ו/או היצירות הנמצאים אצל אמצעי התקשורת או צדדים שלישיים אחרים, אשר יוצרו במסגרת הסכם זה שייכים לאוניברסיטה, וכך יורה משרד הפרסום לצדדים שלישיים טרם העברה אליהם.
- ב. עם סיומו של הסכם זה, מכל סיבה שהיא, לא יהיה משרד הפרסום זכאי לכל תשלום בגין הפסקת ההסכם או בגין העסקת צדדים שלישיים על ידו בקשר עם השירות.
- ג. מובהר כי ב-3 חודשי תקופת ההתקשרות האחרונים (או פחות- כפי שיידרש על ידי האוניברסיטה) תתקיים תקופת פעילות חופפת של משרד הפרסום במקביל לפעילות משרד הפרסום המחליף (להלן –"תקופת החפיפה") במהלך תקופת החפיפה מתחייב משרד הפרסום להשלים ולסיים את הפרויקטים הקיימים באוניברסיטת חיפה ולבצע את כל העבודות הכרוכות בהשלמתם - הכל בהתאם להנחיית האוניברסיטה ובתיאום עם משרד הפרסום המחליף.

18. סמכות שיפוט

מוסכם בין הצדדים כי לבתי המשפט בתחום העיר חיפה בלבד תהיה הסמכות המקומית לדון בכל תובענה הנובעת מהסכם זה.

19. סטיה / ויתור

א. הסכמת אחד הצדדים לסטות מתנאי הסכם זה במקרה מסוים או בסדרת מקרים, לא תהווה תקדים ולא ילמדו ממנה גזרה שווה לכל מקרה אחר בעתיד.

ב. לא השתמש או השתתה מלהשתמש, צד כלשהו בזכות מהזכויות המוקנות לו על פי הסכם זה במקרה מסוים או בסדרת מקרים, לא יראו בכך ויתור על זכות מזכויותיו.

20. נפקות הסכם זה, זכות קיזוז וחילוט

א. הסכם זה מהווה ומבטא את ההסכם המלא והממצה בין הצדדים בגין כל העניינים הנדונים בו, והוא מבטל כל הסכם, נוהג ו/או מנהג קודמים שחלו על יחסי הצדדים לגבי כל אותם העניינים האמורים.

ב. סכומים שהצדדים חבים אחד לרעהו מכוח הסכם זה, יהיו (ללא הגבלה בסכום) ברי קיזוז ו/או ברי חילוט לפי העניין, ללא צורך בפסק דין או הליך משפטי אחר.

21. הודעות

א. כל הודעה או התראה בקשר להסכם זה אשר ישלחו על ידי צד אחד להסכם זה למשנהו ישלחו באמצעות דואר אלקטרוני ו/או דואר רשום ו/או באמצעות פקסימיליה על פי פרטי הצדדים כמפורט בכותרת להסכם זה, כשדבר הדואר לאוניברסיטה אמור להגיע לידי הדובר לשכת ראש האגף לקשרי חוץ ופיתוח משאבים.

ב. כל הודעה ו/או התראה כאמור יראוה כמתקבלת אצל הנמען בתום 72 שעות מהמועד שבו הושמה למשלוח במשרדי הדואר ו/או ביום משלוח ההודעה בפקסימיליה ו/או בדואר האלקטרוני ובלבד שבידי הצד השולח נמצא אישור על תקינות משלוח ההודעה.

ולראיה באו הצדדים על החתום:

משרד הפרסום

אוניברסיטת חיפה

נספח א'

נספח מפרט השירות וההצעה הכספית
[הנספח הסופי של המציע הזוכה יצורף גם להסכם]

התחייבות לשמירת סודיות והימנעות מניגוד עניינים

[הנספח הסופי של המציע הזוכה יצורף גם להסכם]

נספח ג'

הבריף

[יימסר למציעים שיעברו את שלב א' של המכרז ויצורף להסכם עם המציע הזוכה]

אישור עריכת ביטוח

תאריך: _____

לכבוד
אוניברסיטת חיפה
דרך אבא חושי, הר הכרמל, חיפה
(להלן: "האוניברסיטה")

א.ג.נ.,

הנדון: מבוטחנו: _____ (להלן: "משרד הפרסום")
אישור עריכת פוליסות ביטוח בקשר עם הסכם מיום _____
בין האוניברסיטה לבין משרד הפרסום, למתן שירותי פרסום לאוניברסיטה
בארץ ובחו"ל (להלן: "השירותים" ו/או "ההסכם", לפי העניין)

הננו מאשרים בזאת כי החל מיום _____ ועד ליום _____ ערכנו את הביטוחים המפורטים להלן בגין פעילות משרד הפרסום, לרבות בגין השירותים לאוניברסיטה:-

1. ביטוח אחריות מקצועית לכיסוי אחריותו של משרד הפרסום על פי דין בגין אובדן ו/או נזק שייגרמו לכל אדם ו/או גוף (לרבות במפורש האוניברסיטה) כתוצאה ממעשה ו/או מחדל מקצועי של משרד הפרסום ו/או מי מטעמו לרבות טעות ו/או השמטה בקשר עם מתן השירותים, בגבולות אחריות בסך של \$1,000,000 לפחות למקרה ובמצטבר לתקופת ביטוח שנתית. הביטוח אינו כולל כל סייג בדבר אובדן שימוש ו/או עיכוב בעקבות מקרה ביטוח, אובדן מסמכים, חריגה מסמכות בתום לב, פגיעה בפרטיות, השמחה, הוצאת דיבה ולשון הרע, הפרת זכויות קניין רוחני (למעט פטנטים וסימני מסחר), הפרת סודיות ואי יושר של עובדים.

תאריך רטרואקטיבי: _____ (שאינו מאוחר ממועד תחילת מתן השירותים).
תקופת גילוי: 6 חודשים לפחות.

הביטוח מורחב לכלול את האוניברסיטה כמבוטח נוסף לעניין אחריותה למעשי ו/או מחדלי משרד הפרסום, בכפוף לסעיף אחריות צולבת לפיו ייחשב הביטוח כאילו נערך בנפרד עבור כל אחד מיחיד המבוטח. ואולם, מובהר כי הפוליסה אינה מכסה את אחריותה המקצועית של האוניברסיטה כלפי משרד הפרסום.

2. ביטוח אחריות כלפי צד שלישי לכיסוי אחריותו של משרד הפרסום על פי דין, בגין אובדן ו/או נזק שייגרמו לגופו ו/או לרכושו של כל אדם ו/או גוף (לרבות במפורש האוניברסיטה), בגבולות אחריות בסך של \$1,000,000 לפחות למקרה ובמצטבר לתקופת ביטוח שנתית. הביטוח אינו כולל כל הגבלה בדבר חבות הנובעת מאש, התפוצצות, בהלה, מכשירי הרמה, פריקה וטעינה, תרנים, שלטים, מתקנים סניטריים פגומים, הרעלה, כל דבר מזיק במאכל או במשקה, נזק בזדון, פרעות, שביתות, חבות בגין וכלפי קבלנים וקבלני משנה וכן תביעות תחלוף מצד המוסד לביטוח לאומי.

הביטוח מורחב לכסות את אחריות משרד הפרסום בגין פגיעה אישית (Personal Injury), וזאת עד לסך של \$200,000 לפחות.

הביטוח מורחב לכלול את האוניברסיטה כמבוטח נוסף לעניין אחריותה למעשי ו/או מחדלי משרד הפרסום, בכפוף לסעיף אחריות צולבת.

3. ביטוח אחריות מעבידים לכיסוי חבות משרד הפרסום על פי פקודת הנזיקין ו/או חוק האחריות למוצרים פגומים, התשי"ם-1980 כלפי כל עובדיו המועסקים לצורך מתן השירותים, בגין פגיעה גופנית ו/או מחלה העלולים להיגרם להם תוך כדי ו/או עקב העסקתם, בגבולות אחריות בסך של \$5,000,000 לתובע, למקרה ולתקופת ביטוח שנתית. הביטוח אינו כולל כל הגבלה בדבר העסקת נוער, שעות עבודה וכן בדבר חבות משרד הפרסום כלפי קבלנים, קבלני משנה ועובדיהם היה וייחשבו כעובדיה.

הביטוח מורחב לכלול את האוניברסיטה כמבוטח נוסף היה ותיחשב למעביד של מי מעובדי משרד הפרסום או אם יקבע כי האוניברסיטה נושאת באחריות שילוחית לעניין חבות משרד הפרסום כלפי מי מעובדיו.

כללי לכל הפוליסות –

- גבולות גיאוגרפיים וסמכות שיפוט – כל העולם. ואולם, פרשנות הפוליסות – על פי דיני מדינת ישראל.
- כל הביטוחים דלעיל כוללים ויתור על זכות התחלוף כלפי האוניברסיטה, ובלבד שהויתור על זכות התחלוף כאמור לא יחול לטובת אדם שגרם לנזק בזדון.
- הננו מאשרים כי ידוע לנו שהאחריות לתשלום פרמיות הביטוח והשתתפות עצמית חלה על משרד הפרסום בלבד, ובשום מקרה לא על האוניברסיטה.
- הפרת תנאי הפוליסות על ידי משרד הפרסום בתום לב לא תפגע בזכויות האוניברסיטה על פי הפוליסות.
- הננו מאשרים כי כל הביטוחים הנ"ל הינם ראשוניים וקודמים לכל ביטוח הנערך על ידי האוניברסיטה ו/או לטובתה, ואנו מוותרים על כל טענה ו/או דרישה ו/או תביעה בדבר שיתוף ביטוחי האוניברסיטה.
- הננו מתחייבים כי ביטול הביטוחים הנ"ל ו/או צמצומם לא ייעשה אלא בהודעה מראש של 60 יום לאוניברסיטה, בכתב, בדואר רשום.

אישורנו זה הינו בכפוף לתנאי פוליסות הביטוח המקוריות ולסייגיהן, עד כמה שלא שונו על פי האמור באישור זה.

(תפקיד החותם)

(שם החותם)

(חתימת המבטח)

(חותמת המבטח)

נספח ה'

נספח זמנים לוחות זמנים ותהליכי עבודה

מספר ימי עסקים לביצוע מיום אישור השלב הקודם	תהליך עבודה משלב קבלת בריף מהלקוח (כתוב או בע"פ)	שלבים
מדיה		
3	העברת פריסת מדיה לאוניברסיטה	1
1	העברת פריסת מדיה מתוקנת לאחר הערות האוניברסיטה	
1	שליחת תכנית פרסום ופריסה באמצעי המדיה השונים הכוללת גאנט לפי כלים	2
קריאייטיב וביצוע גרפי		
2	הצגת קונספט/ סטורי בורד פרסומי כולל סקיצות לאחר קבלת בריף מאוניברסיטה	3
2	הצגת קריאייטיב מעוצב לאחר אישור קונספט/ סטורי בורד	4
2	הצגת חומרי פרסום מעוצבים בהתאם לפריסת מדיה ולאחר אישור קריאייטיב	5
2	הצגת מיניסטייט/ דף נחיתה, באנרים, דיוררים, תמונות סטטיות לאחר אישור קריאייטיב	
1	הצגת פרטים טקסטואלים בהתאם לפריסת מדיה ולאחר אישור קריאייטיב	
עד 1	ביצוע תיקונים בגרפיקה	
2	תכנות דפי נחיתה וטפסי לידים והקמת ממשק ניהול לידים	
עד 2	ביצוע תיקונים בתכנות	
1-2	התאמות גודל לפי פריסת מדיה ואתר האוניברסיטה	6
דוחות מדיה		
3 פעמים בשבוע	העברת דוחות סטטוס שוטפים	7
1	בקשה מיוחדת לקבלת דוח ביניים (מעבר לדוחות השוטפים)	

הגדרות נוספות:

- **יום עסקים:** בקשת האוניברסיטה כאמור תתקבל במשרד עד השעה 16:00. לאחר שעה זו תיחשב הבקשה, כאילו התקבלה ביום עסקים למחרת (למעט מודעות אבל דחופות לעיתונות).
- **ביצוע תיקונים:** המשרד יבצע תיקונים של מוצר המדיה תוך יום עסקים אחד מיום העברת התיקונים הדרושים ע"י האוניברסיטה. תיקונים בתכנות יבוצעו תוך 2 ימי עסקים.
- ביצוע תכנות והנפשה של קמפיינים באינטרנט: המשרד יבצע תכנות והנפשה של קמפיינים באוניברסיטה תוך 2 ימי עסקים מבקשת האוניברסיטה. בקשה שתתקבל במשרד לאחר שעה 16:00 תיחשב כיום עסקים למחרת.
- לוחות הזמנים הנ"ל נוגעים לפרויקטים סטנדרטים. לוחות זמנים לקריאייטיב ייחודי יקבעו על ידי האוניברסיטה לגופו של עניין.
- לוחות זמנים לעיצוב ותכנות אפליקציות/פרויקטים שאינן חלק מטבלת לוחות הזמנים הנ"ל יועברו לאוניברסיטה כחלק משלב הצגת הקונספט כמפורט בטבלה לעיל.