


מכרז מס': 19/24	אוניברסיטת בר-אילן Bar-Ilan University 
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

אוניברסיטת בר-אילן (ע"ר)  
מערך שיווק ופיתוח עסקי

# מכרז מספר 19/24


## מכרז פומבי עם שלב מיון מקדים

### שירותי פרסום לאוניברסיטה

אוגוסט 2024

עמוד 1

	חתימת המציע (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	--

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	



**אוניברסיטת בר-אילן**  
Bar-Ilan University

**א**


**מבוא**

**1.**

**הזמנה להציע הצעות**

- 1.1.** אוניברסיטת בר-אילן ע"ר (להלן: "האוניברסיטה"), באמצעות מערך שיווק ופיתוח עסקי (להלן: "המזמין"), מזמינה בזאת מציעים העומדים בדרישות שיפורטו להלן, להגיש הצעה לאספקת שירותי פרסום לאוניברסיטה (להלן: "השירותים"), כמפורט במכרז זה ובנספחיו.
- 1.2. תקופת ההתקשרות**
- 1.2.1.** תקופת ההתקשרות בעקבות מכרז זה הינה לתקופה של **שלוש שנים**.
- 1.2.2.** האוניברסיטה תהיה רשאית להאריך תקופה זו בתקופות נוספות במשך כולל, שלא יעלה על **3 שנים** נוספות (ובסה"כ **6 שנות התקשרות**).
- 1.2.3.** על אף האמור בסעיף **1.2.1** לעיל, האוניברסיטה רשאית לקצר את תקופת ההתקשרות גם בטרם הסתיים מועדה בהתראה מראש של 60 יום לספק.
- 1.3.** היקף הפרסומים בתחומים המדוברים עומד על **3 - 5 מיליון ₪** בשנה וכולל פרסום של קמפיינים רוחביים לכלל האוניברסיטה. עם זאת, אין האוניברסיטה מתחייבת להיקף פעילות כלשהו.
- 1.4.** מכרז זה עוסק בשירותי הפרסום, כשהתקציב הנקוב לעיל מתייחס למכרז הפרסום בלבד, ואינו כולל את הפעילות השיווקית, בעיקר שיווק דיגיטלי, למחלקות (יפורט בהמשך) המוערכת בהיקף של כ- 100 קמפיינים קטנים בסכום כולל של כ- **2.5 מיליון ₪** נוספים בשנה.
- 1.5.** למרות אי הכללת תחום השיווק הדיגיטלי של המחלקות בתכולת השירותים המבוקשים במכרז זה, האוניברסיטה תוכל לפנות לספק שייבחר במכרז הפרסום לשם קבלת שירות גם בתחום זה במקרים בהם תמצא לנכון.
- 1.6.** הספק יוציא לפועל את פעילות הפרסום של האוניברסיטה ברמת מותג העל ("בר-אילן") וברמת תתי המותג / תחומי פעילות (הגדרת תחומי פעילות: **נושאים שונים שמקבלים התייחסות שיווקית מותאמת**), לרבות פקולטות, מחלקות ויחידות.
- 1.7. בלעדיות רכש מדיה**
- 1.7.1.** בכוונת האוניברסיטה להשתמש בשירותיו של ספק אחד (הזוכה במכרז) בתחום הפרסום המוביל. עם זאת, במקרים חריגים כגון צורך בהתמחויות ספציפיות כדוגמת מגזרים, או במקרים של התקשרויות ייחודיות של האוניברסיטה, תהיה האוניברסיטה רשאית, לפי שיקול דעתה לפנות לספקים אחרים לקבלת השירות.
- 1.7.2.** האוניברסיטה מקיימת פעילות שיווקית של המחלקות השונות בהיקף שנתי של כ- 100 קמפיינים דיגיטליים בסכום כולל של 2.5 מיליון ₪ בשנה. המציע רשאי להגיש בהצעה התייחסות לטיפול בחלק מפעילות זו אך אינו מהווה גורם פוסל. האוניברסיטה רשאית להחליט ע"פ שיקול דעתה שימוש בהתקשרות זו או פנייה לגורמים אחרים לביצוע הפעילות. הכל לפי שיקול דעתה הבלעדי של האוניברסיטה.

<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
---


<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

- 1.7.3.** בכוונת האוניברסיטה להתקשר עם ספק בתחום הפרסום (במכרז זה), וגם עם ספקים נוספים בתחום הפרפורמנס. ייתכנו מקרים בהם ינוהלו קמפיינים שישלבו את שני התחומים. במקרים אלה, תקבע האוניברסיטה את הגורם שיוביל את הקמפיין בהתאם לשיקולים הנוגעים לאותו קמפיין. התמורה לכל אחד מהספקים תהיה בהתאם לפעילות שיבצע ולתמחורה בהצעתו.
- 1.8. הספק שייבחר במכרז זה יספק לאוניברסיטה שירותים בתחומים הבאים:**
- א.** אסטרטגיה: אסטרטגיה שיווקית, אסטרטגיה תקשורתית ואסטרטגיית מדיה, תרגום הגדרת המותג ושפת המותג לאסטרטגיה ולשפה תקשורתית בראייה של צרכי השוק וקהל היעד הדינמי, השינויים והמדיות המתחדשות ופעילות המתחרים.
- ב.** קריאייטיב לכל סוגי המדיות אופ ליין ואון ליין כגון: שילוט סטטי ודיגיטלי; רדיו; טלוויזיה; באנרים; עמודי נחיתה; פוסטים וסרטונים ברשתות החברתיות (פייסבוק, לינקדאין, אינסטגרם, טיק טוק, טוויטר וכו'); יצירת תוכן וקידום; פרינט; עלונים וחומרי דפוס אחרים, ועוד. הקריאייטיב הינו משלב הרעיון, ניסוח הקופי והעיצוב, ועד שלב ההפקה והפרסום.
- ג.** רכישת מדיה אופ ליין ואון ליין – הספק שייבחר, יספק שירותי רכישת מדיה לסוגיה באופן ישיר, או באמצעות ספק משנה (חברת מדיה), בהתאם לאישור האוניברסיטה. שירותי המדיה בנכסים הדיגיטלים מופעלים בחשבונות האוניברסיטה ודורש תיאום וחיבור למערכות האוניברסיטה וחתימה על מסמכי אבטחת מידע.
- ד.** שירותי ניהול לקוח בכירים הכוללים הבנה ולמידת המותג על כל פרטיו והבנה וראייה כוללת של כל צרכי המותג בנוסף לניהול תקציב, לז"ז וניהול פעילות הפרסום של האוניברסיטה וכן ניהול מדדים ויעדים.
- במקרה שבכוונת המציע להסתייע בחברת מדיה נפרדת לרכישת מדיה, יציג את ניסיונה במסגרת ההצעה ויציין זאת במפורש. חברה זו תידרש לעמוד גם היא בכל התחייבויות אבטחת מידע הנדרשות.
- במקרה של זכייה, שירותי רכישת המדיה יסופקו על ידי חברת המדיה שתוצג במסגרת ההצעה.**
- 1.9.** האוניברסיטה רוכשת שירותי פרסום דיגיטלי מספקים שונים עבור פרסום המחלקות. עם זאת, שומרת האוניברסיטה את הזכות לפנות לספק הזוכה במכרז זה לרכוש שירותי דיגיטל שונים, בנוסף או במקום הספקים הקיימים.
- 1.10.** במקרים נקודתיים בהם תהיה השקה בין התחומים, תקבע האוניברסיטה על פי שיקול דעתה מי יהיה הגורם המוביל בקמפיין ומה תהיה חלוקת האחריות והפעילות בין הספקים.
- 1.11.** האוניברסיטה רשאית להעסיק ספקי פרסום אחרים במגזרים ייעודיים כדוגמת המגזר הערבי, המגזר החרדי וכו'.
- 1.12.** הניסוח בלשון זכר מיועד לגברים ולנשים כאחד.



## 2. שלבים בניהול המכרז

שלב	מהות	ניקוד	משקל		
שלב 1 תנאי סף	בחינת עמידת המציע בתנאי סף כמפורט בסעיף 6 על תתי הסעיף.		--	עובר / לא עובר	
שלב 2 בחינת הניסיון המקצועי של המציע	חוות דעת וניסיון מקצועי	100 נקודות	20%	3-5 המציעים בעלי הציון המשוקלל הגבוה ביותר בשלב חוות הדעת והניסיון המקצועי	
	סעיף				
	ניסיון המציע				אחוז 40%
	צוות המציע				30%
	חוות דעת של 1-2 לקוחות				30%
סה"כ	100%				
סיום שלב המיון המקדים					
שלב 3 בחינת היכולת הקריאייטיבית והמקצועית של המציע	מצגת מקצועית	100 נקודות	40%	3-5 מציעים	
	סעיף				
	מקצועיות הצוות				אחוז 10%
	מקצוענות אסטרטגית				15%
	מקצוענות קריאייטיבית- רעיונית ועיצובית				25%
	חדשנות ויצירתיות, כולל היכרות טכנולוגית				10%
	מקצוענות במדיה (Off-Line ו-On-Line)				15%
	התרשמות כללית מהמציג ומהמצגת				20%
	חוות דעת לקוח נוסף				5%
	סה"כ				100%
בחינת הצעות מחיר	בחינת הצעות מחיר של המציעים שעברו לשלב זה	100 נקודות	40%	3-5 מציעים	
שלב 4 הצעה מיטבית	פנייה למציעים שקיבלו את הציון המשוקלל המיטבי לקבלת הצעה מיטבית			2-3 מציעים - המיטבי	

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

### 3. לוח זמנים למכרז

3.1. להלן לוח הזמנים לעריכת המכרז:

תאריך	פעילות
18/8/2024	מועד פרסום המכרז
12:00 בשעה 29/8/2024	מועד אחרון לשאלות הבהרה
14:00 בשעה 17/9/2024	מועד אחרון להגשת הצעות לתיבת המכרזים
31/12/2024 (כולל)	תוקף ההצעה

### 4. שינויים

4.1. כל עוד לא חלף המועד האחרון להגשת ההצעות, האוניברסיטה רשאית לערוך שינויים

והתאמות בתנאי המכרז וכן במועדים השונים שנקבעו במכרז או על פיו, ובכלל זה, לשנות את המועד למתן הבהרות ו/או את מועד מפגש המציעים (ככל שיתקיים) וכן לדחות את המועד האחרון להגשת ההצעות.

4.2. הודעה בדבר שינויים והתאמות כאמור תפורסם באתר האינטרנט של האוניברסיטה, או לפי שיקול דעתה של האוניברסיטה. בנוסף רשאית האוניברסיטה לפרסם בכלי תקשורת אחרים לפי שיקול דעתה.

על כל מציע לבדוק מעת לעת את עמוד המכרזים של האוניברסיטה בכתובת: <https://tiful.biu.ac.il/michrazim>

4.3. האוניברסיטה תמסור הודעה בדבר השינויים לכל גורם שנרשם אצל עורך המכרז, כמתעניין במכרז עד לאותו מועד במייל [michrazim.log@biu.ac.il](mailto:michrazim.log@biu.ac.il).

4.4. האחריות לקבלת עדכונים ושינויים אלה הינה של המציע בלבד ושינויים אלו יחייבו את המציע בין אם צירפם כשהם חתומים להצעתו, ובין אם לאו.


### 5. נספחים במכרז

5.1. הנספחים למכרז זה, מהווים חלק בלתי נפרד ממנו, הם:

#### נספחים לניהול המכרז וההסכם:

- 5.1.1. נספח 1 – מפרט השירותים הנדרשים מהספק;
- 5.1.2. נספח 2 – חוברת ההצעה;
- 5.1.3. נספח 2-א' – תצהיר בהתאם לסעיף 2ג לחוק חובת המכרזים;
- 5.1.4. נספח 2-ב' – תצהיר לפי סעיף 2ב(1) לחוק עסקאות גופים ציבוריים;
- 5.1.5. נספח 2-ג' – הצהרה על אי ניגוד עניינים במכרז ובהסכם;
- 5.1.6. נספח 2-ד' – אישור המציע על קבלת תנאי המכרז וצרופותיו;
- 5.1.7. נספח 2-ה' – תצהיר בדבר ותק וניסיון;
- 5.1.8. נספח 2-ו' – אישור מחזור עסקים;
- 5.1.9. נספח 3 – הסכם התקשרות;
- 5.1.10. נספח 3-א' – התחייבות לשמירת סודיות;
- 5.1.11. נספח 3-ב' – אישור עריכת ביטוח;

<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
---

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**ב בחינת ההצעות במכרז**


**בחינת ההצעות תתבצע על ידי צוות בדיקה שימונה על ידי האוניברסיטה.**

**6. שלב 1 – תנאי סף – בחינת עמידת ההצעות בתנאים המפורטים**

- 6.1 כללי**
- 6.1.1** במכרז רשאים להשתתף רק מציעים העונים במועד הגשת ההצעה על כל התנאים המפורטים בפרק זה להלן. מציע או הצעה שאינם עומדים בכל התנאים המפורטים – ייפסלו.
- 6.1.2** תנאי הסף המתייחסים למציע צריכים להתקיים במציע עצמו. קיום תנאי סף בתאגיד קשור בארגון של המציע, בבעל מניות או בכל גורם אחר לא ייחשב כעמידה בתנאי הסף.
- 6.1.3** על אף האמור בסעיף 6.1.2 לעיל, המציע יהיה רשאי לפעול באמצעות ספק משנה לרכישת מדיה. במקרה זה יוצג ספק המשנה בהצעה, כולל הוכחת עמידתו בתנאי הסף הרלוונטיים כמפורט בסעיפים 6.2.1 – 6.2.2 ו-6.4.3.
- 6.1.4** אין להגיש הצעה על ידי מספר גורמים במשותף (למעט האמור בסעיף 6.1.3 בעניין חברת המדיה).
- 6.1.5 ניגוד עניינים**  
המציע אינו מבצע פעולה שקיים ניגוד עניינים בינה ובין פעילות המזמין. הקביעה ביחס להיות המציע בניגוד עניינים הינה על פי שיקול דעתה הבלעדי של האוניברסיטה. קבעה האוניברסיטה כי המציע מצוי בניגוד עניינים ולא הגיש תצהיר כאמור בסעיף 6.1.6 תיפסל הצעתו.
- 6.1.6** מובהר בזאת: מציע שישפק בתקופת ההתקשרות הצפויה שירותים בתחומי הפרסום (קריאייטיב, פלנינג, הפקה ושירותי מדיה) לגופים המתחרים באוניברסיטה הינו בניגוד עניינים; גופים מתחרים ישירות באוניברסיטה הינם:
- אוניברסיטאות: כלל האוניברסיטאות הפועלות בישראל,
  - מכללות: מכללת אפקה והקריה האקדמית אונו (מתחרים אזוריים).
- 6.1.7 קביעת תנאי סף מחמירים**  
האוניברסיטה קבעה במכרז זה תנאי סף מחמירים, בנימוקים הבאים: האוניברסיטה הינה מותג ובו עשרות מותגי משנה (מחלקות, פקולטות, מעבדות וכו'). בסיום מכרז זה ייבחר ספק אחד, אשר יידרש לספק את שירותי הפרסום העיקריים לאוניברסיטה. לאור משמעויותיה של פעולה זו, נדרש לאוניברסיטה משרד פרסום מבוסס ומנוסה, בעל מגוון יכולות קריאטיביות ופרסונאליות, שיוכל לספק לאוניברסיטה את השירותים הנדרשים לאוניברסיטה בתחומי המדיה ויכולות ההפקה, רכש המדיה בתנאים תחרותיים ובכל בהיקפים, באיכות ובזמינות המיטביים.
- 6.2 מעמדו המשפטי של המציע**
- 6.2.1** המציע הוא גוף משפטי מאוגד בישראל, הרשום ברשם הנוגע בדבר (כגון: רשם החברות, רשם השותפויות), או יחיד - אזרח ישראלי, הרשום במע"מ.
- 6.2.2** המציע מחזיק בכל האישורים הנדרשים לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו-1976, כשהם תקפים.

עמוד 6

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	


### 6.3

#### ותק המציע וניסיונו

- 6.3.1.** כתנאי מוקדם להשתתפות במכרז, על המציע להיות משרד פרסום במתכונתו ביום הגשת ההצעה, בעל ותק של **5 שנים לפחות** בתחום הפרסום.
- ביחס לתנאי סף זה של ותק המציע וניסיונו (6.3.1) האוניברסיטה רשאית להכיר בניסיון של המנהלים הבכירים במציע כניסיון של המציע עצמו.**
- 6.3.2.** כתנאי מוקדם להשתתפות במכרז, על המציע להיות בעל ניסיון במתן שירותי פרסום במדיה און ליין ואוף ליין, במהלך כל אחת משלוש השנים האחרונות המסתיימות במועד פרסום המכרז בהתאם לתנאים המצטברים הבאים:
- א.** השירותים ניתנו ל-**5 לקוחות לפחות בכל אחת מהשנים.**
- ב.** מתוך הלקוחות המפורטים בסעיף **6.3.2 א'**, לפחות **לקוח אחד** בעל **5 תתי מותגים / תחומי פעילות לפחות** (בסה"כ **חמישה**) ו-**2 לקוחות** בעלי מגוון תתי מותג / תחומי פעילות (יותר מאחד).
- (הגדרת תחומי פעילות: נושאים שונים שמקבלים התייחסות שיווקית מותאמת)**
- \* היקף ההתקשרות השנתי הממוצע עם **לקוח אחד** לפחות מהמפורטים בסעיף **6.3.2 א'** עומד על **5 מיליון ₪**.
- ג.** השירותים שניתנו ללקוחות המפורטים בסעיף **6.3.2 א'** כללו ניהול קמפיינים ב-On-Line וב-Off-Line, וכללו את כלל הפלטפורמות (כולל: עיתונות, רדיו, טלוויזיה, שילוט חוצות, פעילות דיגיטלית ופעילות בסושיאל), במצטבר.

#### 6.3.3 רכש מדיה

- כתנאי מוקדם להשתתפות במכרז, על המציע או חברת המדיה שתופעל מטעמו להיות בעל ניסיון ברכש מדיה ב"און-ליין" ו"באוף-ליין" בהתאם לתנאים המצטברים להלן:
- א.** השירותים ניתנו ב-**3 השנים האחרונות**, המסתיימות במועד פרסום המכרז (התקופה הקובעת).
- ב.** השירותים ניתנו ל-**7 לקוחות לפחות** במהלך התקופה הקובעת (כמפורט לעיל).
- ג.** מתוך הלקוחות ניתן שירות ללקוח אחד בהיקף מינימלי שנתי של **7 מיליון ₪**, ולשני לקוחות נוספים בהיקף מינימלי שנתי של **3 מיליון ₪**.

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

#### 6.4. כוח אדם של המציע

כתנאי מוקדם להשתתפות במכרז, על המציע לכלול את כל המחלקות המפורטות בסעיפים **6.4.1 – 6.4.7**:

**6.4.1** ניהול לקוחות;

**6.4.2** פלנינג (אסטרטגיה);

**6.4.3** קריאייטיב;

**6.4.4** הפקה;

**6.4.5** סטודיו;

**6.4.6** דיגיטל;

**6.4.7** סושיאל;

**6.4.8** תכנון ורכש מדיה (אפשר באמצעות חברת מדיה חיצונית);

**6.5** כתנאי מוקדם להשתתפות במכרז, על המציע להיות בעל מחזור כספי שנתי ממוצע (כולל מדיה) של **25 מיליון ₪** (לא כולל מע"מ) על פי אישור רו"ח בשנים **2021, 2022** ו-**2023**.

#### לצורך הוכחת עמידתו בתנאי הסף המציע יצרף להצעתו את המסמכים הבאים:

סעיף	תיאור דרישה	ההוכחה
<b>מעמד המציע</b>		
<b>6.2</b>	תאגיד רשום בישראל	1) העתק תעודת רישום תאגיד ברשם הנוגע בדבר. 2) תעודת עוסק מורשה מרשות המיסים. 3) פלט עדכני מטעם רשם החברות.
	יחיד	העתק תעודת עוסק מורשה מרשות המיסים צילום תעודת זהות
<b>6.3</b>	ותק וניסיון המציע	המציע יצהיר על משך הוותק במתן שירותי פרסום כתחום עיסוקו המרכזי. על המציע למלא את הטבלאות המופיעות בסעיפים <b>2.1</b> ו- <b>2.2</b> , ועל סעיף <b>3.1</b> בחוברת ההצעה.
<b>6.4</b>	כוח אדם של המציע	המציע יציג את כוח האדם המועסק על ידו במסגרת המחלקות הנדרשות בסעיף זה. ככל שהמבנה הארגוני של המציע שונה ממבנה זה יציין בטבלאות הצגת כוח האדם לאילו מתחומי הידע המפורטים לעיל משוייכים העובדים.
<b>6.5</b>	מחזור עסקים	המציע יצרף אישור מטעם רואה חשבון / יועץ מס מוסמך מטעמו על גובה מחזור העסקים בהתאם לנוסח המצורף לחוברת ההצעה.



**7. שלב 2 – בחינת האיכות והצעת המחיר של המציע**

במסגרת שלב זה המציעים ייבחנו בהיבטי האיכות המקצועית, כולל ניסיון הצוות המקצועי שיספק את השירותים לאוניברסיטה, ליווי של מנהל או שותף במציע, הצגת מגוון לקוחות של המציע, ופירוט חוזקות ויתרונות מרכזיים כפי שיתקבלו בחוות דעת לקוחות מובילים. האוניברסיטה תדרג את ההצעות העומדות בתנאי הסף לפי טבלת אמות מידה כדלקמן:

**7.1. רכיבי איכות ההצעה במסגרת שלב המיון המקדים – במשקל 20 נקודות**

המציעים ימלאו את הטבלאות המצורפות בחוברת ההצעה גם מעבר לנדרש להוכחת עמידה בתנאי הסף בתחום הניסיון.

7.1.1. הציונים למציע יינתנו בהתאם להיקפים שיוצגו, ובהתאם למשקלות המפורטים בטבלת אמות המידה המוצגת להלן:

משקל (%)	תיאור	#
40%	<p><b>ניסיון המציע</b></p> <p>ניסיון המציע ייבחן בהתאם לפרמטרים הבאים:</p> <p>1. מספר הלקוחות להם סופקו השירותים על ידי המציע, מעבר לנדרש בתנאי הסף (אך עונים על תנאי הסף).</p> <p>2. תחומי העיסוק של הלקוחות להם סופקו השירותים.</p> <p>3. תיאור הפעילות התקשורתית ומרכיביה.</p> <p>4. שירותי פרסום שניתנו ללקוחות באקדמיה או ללקוחות הדומים לאקדמיה מבחינת מורכבותם (ריבוי תתי מותג / תחומי פעילות).</p> <p>5. מקרה בוחן של אתגר פרסומי ופתרון שנוהל ע"י המציע – המציע יצרף לפחות מקרה בוחן אחד שבוצע עבור אחד הלקוחות שפורטו בטבלת הניסיון.</p> <p>6. רכש מדיה – היקף ומגוון הלקוחות להם סופקו שירותי רכש מדיה לסוגיה.</p> <p>הניקוד יינתן בהתאם להערכת מורכבות השירותים, התאמת השירותים לנדרש במכרז זה, מורכבות הלקוחות והדמיון לצרכי האוניברסיטה.</p> <p>סולם הערכה: 1 – 10.</p>	1
30%	<p><b>צוות המציע</b></p> <p>על המציע להציג את הצוות המיועד מטעמו למתן השירותים לאוניברסיטה במחלקות הבאות לפחות:</p> <p>א. ניהול לקוחות;</p> <p>ב. פלנינג (אסטרטגיה);</p>	2

עמוד 9

מכרז מס': 19/24

שירותי פרסום לאוניברסיטה

מערך שיווק ופיתוח עסקי

אוניברסיטת  
בר־אילן  
Bar-Ilan University




	<p>ג. קריאייטיב; ד. הפקה; ה. סטודיו; ו. דיגיטל; ז. סושיאל ח. תכנון ורכש מדיה; ט. מנהל או שותף במציע הניקוד יינתן בהתאם להיקף הצוות המוצג, ניסיונו ויכולותיו. סולם הערכה: 1 – 10.</p>	
30%	<p><b>חוות דעת של לקוחות</b> צוות הבדיקה יפנה טלפונית ללקוח אחד לפחות של המציע לצורך קבלת חוות דעת על פעילות המציע. צוות הבדיקה יהיה רשאי לפנות גם ללקוחות של המציע אשר אינם מופיעים בחוברת ההצעה, הכל לפי שיקול דעתו הבלעדי. חוות דעת של לקוח נוסף יתבקש למציעים שעברו את המיון המקדים ולאחר הצגת המצגות. חוות הדעת תתבסס על התחומים והניקוד המפורטים בטבלה שבסעיף 7.3.1.</p>	3
100%	סה"כ	

עמוד 10

חתימת המציע


(בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**7.1.2 רכיבי בחינת חוות דעת של לקוחות פירוט לסעיף 3 בטבלת אמות המידה**

**בסעיף 7.1.1.**

ניקוד	תחום	#
10 נקודות	עמידה בלוחות זמנים ובתקציב	1.
10 נקודות	זמינות	2.
15 נקודות	<b>מקצוענות אסטרטגית:</b> אנליזה וניתוח, הבנה עסקית ושיווקית של הלקוח והענף, ויכולת יצירה וניהול של אסטרטגיה תקשורתית.	3.
20 נקודות	<b>מקצוענות קריאייטיבית:</b> רעיונות וחדשנות קריאייטיבית, מומחיות עיצובית וטקסטואלית, משלב הרעיון ועד הביצוע.	4.
20 נקודות	<b>מומחיות בקניית מדיה</b> און-ליין ואוף-ליין. יכולות אסטרטגיות ומומחיות ברכישת מדיה בדגש גמישות וחדשנות.	5.
10 נקודות	<b>חדשנות בעולמות הפרסום</b> והבנה טכנולוגית כולל דיגיטל, דאטה ופרפורמנס.	6.
5 נקודות	יכולת התאמה לארגון מורכב ולמדיניותו, ראיה ארגונית רחבה	7.
5 נקודות	תחושת שותפות ומחויבות לארגון	8.
5 נקודות	שביעות רצון כללית	9.
100 נקודות	סה"כ	

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

## 7.2. בחירה בזוכים בשלב המיון המקדים

- 7.2.1.** שיקלול ציוני האיכות בשלב 2 יתבצע כסכום שלבי הבדיקה, באופן הבא:  
ציון משוקלל שיקבל המציע בבחינת הניסיון, הצוות וחוות דעת של לקוחות (עד 20 נקודות).
- 7.2.2.** האוניברסיטה תבחר את 3 ההצעות המיטביות, שיזכו בציון האיכות המשוקלל הגבוה ביותר.
- 7.2.3.** למרות האמור בסעיף 7.2.1, האוניברסיטה תהיה רשאית להרחיב את מספר ההצעות שייבחרו כזוכות בשלב המקדים עד ל-5 זוכים, במקרה בו הפער בניקוד בין ההצעה המיטבית להצעה הבאה בחשבון (הרביעית והחמישית) אינו עולה על 10 נקודות.

## 8. שלב 3 - שלב המיון הנוסף


### 8.1. אופן ניהול ההליך במסגרת שלב המיון הנוסף

- 8.1.1.** המציעים שייבחרו כזוכים בשלב המיון המקדים יקבלו עדכון מצוות הבדיקה על הבחירה בהם למעבר לשלב 3 (במסגרת שלב המיון הנוסף).
- 8.1.2.** המציעים יידרשו להכין מצגת מקצועית בהתאם לפירוט בסעיף 8.2 להלן (ובהסתמך על הבריף המצורף בנספח 2).
- 8.1.3.** בנוסף יידרשו המציעים למלא את קובץ הצעת המחיר שיישלח אליהם.
- 8.1.4.** את הצעות המחיר ימסרו המציעים לתיבת המכרזים במועד שייקבע על ידי האוניברסיטה (ביום קיום המצגות או בסמוך לו).
- 8.1.5.** במסגרת שלב זה יתנהל הליך הבהרות נפרד, במסגרתו ניתן יהיה להעלות התייחסויות לרכיבי השלב הנוסף (בנושאים שלא נידונו במסגרת ההליך הכללי).

### 8.2. מצגת לבחינת היכולות המקצועיות- במשקל 40 נקודות

- 8.2.1.** מבין המציעים שייבחנו בשלב האיכות והניסיון כמפורט בסעיף 7.2 יעברו לשלב הצגת היכולות 3 עד 5 המציעים, אשר יזכו לציון המשוקלל הגבוה ביותר.
- 8.2.2. תשלום עבור השתתפות במצגת להצגת היכולות המקצועיות**
- א.** למציעים שישתתפו בשלב בחינת היכולות המקצועיות ולא יזכו במכרז תשלם האוניברסיטה סכום של 10,000 ₪ לצורך החזר הוצאותיהם עבור העבודה הכרוכה בהכנת המצגת.
- ב.** המציע שבסופו של התהליך יזכה במכרז לא יקבל תשלום זה.
- ג.** האוניברסיטה תהיה רשאית להשתמש ברעיונות או חלק מהרעיונות שניתנו ע"י הספקים בשלב זה.

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---


<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

### 8.2.3 על המצגות לכלול לפחות:

- א. הצגת הצוות המיועד לבצע את הפעילות במסגרת ההתקשרות המציע יציג את הצוות המיועד למתן השירותים, ניסיונו ויכולותיו.
  - ב. 2 - 3 מקרי בוחן מפורטים עבור לקוחות שהוצגו בטבלאות הניסיון, שלפחות אחד מביניהם דומה לאוניברסיטה מבחינת מאפייניה. מקרי הבוחן יציגו פריצות דרך בהובלת המציע משלב האסטרטגיה, הקריאייטיב, הדיגיטל ותכנון המדיה, כולל המטרות שהוגדרו והתוצאות המרכזיות.
  - ג. קריאייטיב – המציע יציג כיווני קריאייטיב לקמפיין פרסומי עבור אירוע אוניברסיטאי כללי ל-יום פתוח ויהיה הפרויקט הראשון שיעבוד עליו משרד הפרסום הזוכה. בריף לקמפיין מצורף בנספח 2.
  - ד. רכש מדיה – המציע יציג את מתודולוגיית רכש המדיה, הגורם שיבצע בפועל (המציע בעצמו / ספק חיצוני), תהליכי ליבה ברכש המדיה ומבנה מחלקת המדיה / חברת המדיה.
  - ה. גישת המציע למתן השירותים
- המציע לא נדרש להציג תכנית אסטרטגית פרסומית, אלא רק את הכיוון הכללי בהתייחס לנקודות הבאות:
1. התייחסות כללית לראיית האוניברסיטה ושוק האקדמיה בישראל
  2. כיוון קריאייטיבי לקמפיין יום פתוח
  3. שיטת עבודה עם האוניברסיטה
  4. אופן למידת הלקוח
  5. אופן מדידת הצלחה

### דגשים

- א. המציע ימסור לידי צוות הבדיקה עותק דיגיטלי של המצגת, וכן 3 עותקים מודפסים.
- ב. נציגי המציע הבכירים נדרשים להגיע למצגת.
- ג. משך המצגת (כולל זמן לשאלות) הינו שעה. על המציע להיערך לכך בהתאם.

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**8.2.4. פרמטרים לבחינת ההצעות בשלב המצגות**  
**צוות הבדיקה יבחן את המצגות בהתאם לפרמטרים הבאים:**

ניקוד מקסימלי	תחום	#
<b>10 נקודות</b>	<b>מקצועיות הצוות</b>	<b>1.</b>
	<p>1.1. הצוות המוביל והמלווה בעל ניסיון עשיר בשיווק ופרסום כולל מנהל או שותף במשרד המלווה את הפעילות</p> <p>1.2. יודעים ליצור וללוות תהליך מחקרי, לאסוף לנתח ולהוציא תובנות מרכזיות ממידע מורכב.</p> <p>1.3. יצרו מהלכי שיווק פורצי דרך וחדשניים בעברם</p> <p>1.4. הצוות המוביל והמלווה בעל ניסיון עשיר בשיווק דיגיטלי</p>	
<b>15 נקודות</b>	<b>מקצוענות אסטרטגית</b>	<b>2.</b>
	<p>2.1. ניהול מקצועי של תהליך העבודה - ממחקר לאסטרטגיה וליישום.</p> <p>2.2. מקצוענות אסטרטגית: ניהול המחקרים, ניתוח התוצאות ובנית אסטרטגית המותג.</p> <p>2.3. הבנה מתודולוגית מעמיקה של תהליך העבודה עם בר-אילן / ארגונים דומים מורכבים.</p> <p>2.4. יכולת לזהות תובנות צרכניות משמעותיות / רלוונטיות.</p> <p>2.5. הבנה של תהליכי מאקרו והשפעתם על הלקוח והתנהגות הצרכן.</p> <p>2.6. הבנה של קהל היעד.</p> <p>2.7. חדשנות אסטרטגית - הצגה ושימוש במודלים/מתודולוגיות חדשות בשוק.</p> <p>2.8. הצגה מקצועית של המצגת.</p>	
<b>25 נקודות</b>	<b>מקצוענות קריאייטיבית - רעיונית ועיצובית</b>	<b>3.</b>
	<p>3.1. חשיבה יצירתית וחדשנות אסטרטגית לקידום המותג והמסרים המובילים של השפעה ומצויינות אקדמית.</p> <p>3.2. חדשנות קריאייטיבית - הגדרת הרעיון הקריאייטיבי ובולטות מול המתחרים</p> <p>3.3. קריאייטיביות שיווקית - שילוב סיפור ומסר המותג גם באירועים מכירתיים.</p> <p>3.4. חדשנות ויצירתיות עיצובית - (צבעוניות, טיפוגרפיה, שפה, תנועתיות ועוד).</p>	

מכרז מס': 19/24

שירותי פרסום לאוניברסיטה

מערך שיווק ופיתוח עסקי

אוניברסיטת  
בר-אילן  
Bar-Ilan University



ניקוד מקסימלי	תחום	#
10 נקודות	חדשנות ויצירתיות, כולל היכרות טכנולוגית	4.
	4.1. הבנה ויכולות אסטרטגיות ועיצובים הכוללים הבנה טכנולוגית. 4.2. יצירתיות ויזואלית ושימוש בטיפוגרפיה לבולטות וחדשנות. 4.3. הבנה והתייחסות לצריכה המשתנה של המתעניינים במדיות חדשות. 4.4. הבנה של הדינמיות בעולם הדיגיטלי והתייחסות מותגית לכך. 4.5. חדשנות פרסומית.	
15 נקודות	מקצוענות במדיה	5.
	5.1. מומחיות בקניית מדיה און-ליין ואוף-ליין. אסטרטגיה, מיקומים, בולטות ורכש מדיה יעיל בכלל המדיות והערוצים בדגש דיגיטל. 5.2. ניהול כלל ערוצי הפרסום והתוכן בדגש דיגיטל. 5.3. ניהול מידע וידע באופן שוטף כולל הצגת הדוחות, ניתוחם והצגת מסקנות עיקריות. 5.4. רכש מדיה שוטף למול תכניות מדיה ייעודיות. 5.5. חדשנות ויצירתיות במדיה - ערוצים, תוכן, טכנולוגיות. 5.6. בניית המותג בשילוב קמפיין מכירות מתוך הבנה של המדיות הרלוונטיות.	
20 נקודות	התרשמות כללית מהמציג ומהמצגת	6.
5 נקודות	חוות דעת לקוח נוסף – בהתאם לטבלה 7.3.1	7.
100 נקודות	סה"כ	

עמוד 15

חתימת המציע

(בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)

**9. שלב 3 – הליך בחינת הצעות מחיר של הזוכים בשלב המיון המקדים**

**9.1. הצעות המחיר – במשקל 30 נקודות**

**9.1.1. מבנה הצעת המחיר**


חלוקה כללית		
משקל באחוזים	פירוט סעיף	סעיף
15%	עד 15,500 לא כולל מע"מ	ריטיינר פרסום כללי (אסטרטגיה, קריאייטיב, עיצוב, הפקות וכו')
10%	רדיו	מדיה אופליין (במחירי נטו)
5%	שילוט	
5%	טלוויזיה	
8%	עיתונות (2 טבלאות)	
8%	מעברונים	מדיה אונליין מוזמנת
20%	עד 15% מהמחזור (של כל המדיה הפרוגרמטית)	דמי ניהול ועמלת סטודיו (כמפורט מעלה) עבור מדיה פרוגרמטית מנוהלת - יחושבו מהסכום שישולם בפועל במערכות הפרסום
20%	לפחות 10%	החזר עמלה על כלל המדיה (שאינה פרוגרמטית)
10%	2 טבלאות	מחירון סטודיו אופליין ודיגיטל לפריטים שאין בעבורם מדיה
100%	סה"כ	

**דגש: על המציע להקפיד למלא כל תא רלוונטי בהצעת המחיר, כדי למנוע פסילה של ההצעה.**

**9.1.2. מחירונים**

- א. מחירוני המדיה במסמך זה מייצגים חלק ממחירי המדיה אך אינם יכולים להכיל כל מוצר ומוצר בתוך המדיה.
- ב. האוניברסיטה תעסיק לפי שיקול דעתה חברת בקרת מדיה אשר תוודא שהמחירים הניתנים בכל מדיה הינם ביחס המרה נכון בהתאם למה שהוצג במכרז
- ג. **טלוויזיה** - במידה והאוניברסיטה תחליט לפרסם בטלוויזיה, משרד הפרסום מתחייב למחירים נמוכים לפחות ב-5% ממוצע המחירים לפי חברת בקרת המדיה שהאוניברסיטה תבחר.
- ד. המציע יציג את כל מחירי המדיה - אופליין - **במונחי נטו**
- ה. במידה והאוניברסיטה תרכוש מדיה ישירות תשלום עמלה לספק יעמוד על **7.5%**
- ו. עמלת הפקה בעבור הפקות חוץ ( צד שלישי ) תעמוד על **7.5%** לכל היותר.



<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

ז. החזר העמלה יתבצע אחת לשנה. האוניברסיטה תוכל להחליט האם ברצונה להשתמש בהחזר לקניית מדיה נוספת או לקבל את הסכום בקיזוז בחשבונית.

## 9.2. השוואת הצעות המחיר

9.2.1. השוואת ההצעות תתבצע על סמך סכימת ציוני המציעים בסעיפים השונים במשקלותיהם כמפורט בטבלה בסעיף 9.1.1 לעיל.

9.2.2. למציע מובהר שהצעת המחיר שיציג הינה הצעה מלאה, שתכלול את כלל רכיבי העלות מצידו, הנדרשים לביצוע הפעילות הכלולה במפרט השירותים, בכלל זה: שכר עובדים והוצאות נלוות, מיסים (למעט מע"מ, שיתווסף לתשלום בהתאם לערכו במועד הוצאת החשבונית), ביטוחים, דמי ביטול זמן, פגישות תיאום וביצוע במשרדי האוניברסיטה, רווח וכל רכיב אחר.

9.2.3. האוניברסיטה לא תשלם לספק מעבר למחירים המפורטים בהצעתו.

## 10. שקלול ציוני המציעים והבחירה בזוכה

10.1. שיקלול ציוני ההצעות יתבסס על סכימה של ציוני ההצעות במכפלה במשקלן:

**שלב 2** (בחינת הניסיון המקצועי של המציע) במשקל 20% בתוספת **שלב 3** (בחינת היכולת הקריאייטיבית והמקצועית של המציע) במשקל 40% ובתוספת **שלב 4** (בחינת הצעות מחיר) במשקל 40%.

10.2. האוניברסיטה תבחר בהצעה שתזכה בציון המשוקלל הגבוה ביותר.

10.3. קיבלו שתי הצעות או יותר תוצאה משוקללת זהה, שהיא התוצאה הגבוהה ביותר ואחת מהן היא של עסק בשליטת אישה כמשמעותו בסעיף 2 לחוק חובת המכרזים, תשנ"ב-1992, והומצאו על כך בעת הגשת ההצעה אשור ותצהיר כנדרש בסעיף 2 הנ"ל, תיבחר ההצעה האמורה כזוכה במכרז.

## 11. שלב 4 – קבלת הצעה מיטבית

11.1. האוניברסיטה שומרת את הזכות הליך נוסף של הגשת הצעות מחיר מיטביות בקרב המציעים שהגישו את ההצעות המיטביות, בהתאם לתקנה 28 לתקנות חובת המכרזים (התקשרויות של מוסד להשכלה גבוהה), תש"ע-2010 (להלן: "התקנות")

11.2. הליך הפניה לקבלת הצעה מיטבית יתבצע מול **2 המציעים** בעלי הציון המשוקלל הגבוה ביותר.


11.3. במקרה בו הפער בין ציון ההצעה המיטבית וההצעה הבאה בחשבון (ההצעה ה-3 בטיבה) לא יעלה על **5 נקודות** תיכלל ההצעה הבאה בחשבון בפניה לקבלת הצעת מחיר מיטבית.

11.4. המציעים ימסרו את הצעותיהם המיטביות בתיבת המכרזים במועד שייקבע על ידי האוניברסיטה.

לאחר מועד זה ייבדקו ההצעות וישוקללו בדומה למפורט בסעיף 9.2.1..

ככל שמציע לא יגיש הצעה מיטבית (או שהצעה זו לא תהיה בטיבה במועד), תתחשב האוניברסיטה בהצעתו המקורית.

11.5. הזוכה במכרז יהיה המציע שקיבל את הציון המשוקלל המיטבי, לפי המפורט בסעיף 10.2.

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

## ג אופן התנהלות המכרז

### 12. עיון במסמכי המכרז

- 12.1. באפשרות המציעים להוריד את מסמכי המכרז מאתר האינטרנט של האוניברסיטה, לצורך עיון ו/או הגשת המענה למכרז.
- 12.2. עיון במסמכי המכרז אפשרי גם במשרדי אוניברסיטת בר-אילן, רמת גן, בבניין 408, חדר 209, בימים א' עד ה' בין השעות **09:00-13:00** (בתאום מראש בטלפון: **03-7384557**).
- 12.3. על ספק המעוניין להשתתף במכרז להשאיר פרטים אודות הגורם המתעניין (שם המציע, שם איש קשר מטעם המציע, כתובת, מספר טלפון, מספר פקס' וכתובת דואר אלקטרוני) לצורך קבלת עדכונים בנוגע למכרז.

### 13. הליך ההבהרות

- 13.1. כל מציע יידרש להקצות איש קשר מטעמו, אשר ירכז את הטיפול במכרז מצד המציע.
- 13.2. החל מיום פרסום המכרז ועד ליום **29/8/2024** בשעה **12:00** רשאי כל מציע לפנות לאוניברסיטה בכתב באמצעות דואר אלקטרוני [michrazim.log@biu.ac.il](mailto:michrazim.log@biu.ac.il) ולהעלות כל בקשה להבהרה, הסתייגות או שאלה הקשורה במכרז או בהתקשרות שתבוא בעקבותיו.
- 13.3. בפניה כאמור, יציין המציע את פרטיו ואת פרטי המכרז ואת שאלותיו/הערותיו יציג בטבלה במבנה הבא, **במסמך וורד**:


מס'	עמ'	כותרת	סעיף	שאלה / בקשה
-----	-----	-------	------	-------------

- 13.4. יובהר, שאין לרשום כל שינוי, תוספת, מחיקה, הערה או הסתייגות במסמכי המכרז ללא קבלת אישור מראש מהאוניברסיטה, דבר שעלול לגרום לפסילת ההצעה.
- 13.5. לאוניברסיטה יהיה שיקול דעת במתן התשובות.
- 13.6. **מסמך הבהרות – בעקבות הליך ההבהרות**, יוכן מסמך מסכם, אשר ירכז את הפניות, השאלות, ההסתייגויות וכן נושאים ודגשים למציעים.
- 13.7. מסמך זה יישלח בדואר אלקטרוני לכל מי שנרשם אצל עורך המכרז, וכן יפורסם באתר האינטרנט של האוניברסיטה וזאת מבלי לחשוף את זהות הפונה. לאוניברסיטה יהיה שיקול דעת באשר לחשיפת תוכן הפניה.
- 13.8. **באחריות המציעים לוודא את קבלת מסמך ההבהרות, ולפעול על פיו.**
- 13.9. **מסמך ההבהרות מהווה חלק בלתי נפרד ממסמכי המכרז ועל כל מציע, לצרפם למסמכי המכרז, כשהם חתומים על ידי המציע.**

### 14. הוראות לגבי הכנת ההצעה


- 14.1. למען הסר ספק, "ההצעה" כוללת את כתב המכרז (ההזמנה להציע הצעות), חוברת ההצעה (נספח 2), הסכם ההתקשרות (נספח 3), הנספחים והצטרפות לכל אלה, ההבהרות שנשלחות מעת לעת למציעים על ידי האוניברסיטה, וכן כל מסמך נוסף שעל המציע להמציא, להגיש ולמסור לפי כל אלה לאוניברסיטה וכן כל מסמך הנחוץ לשם הוכחת עמידת המציע בתנאי הסף או לשם ניקודו בשלבי בחינת ההצעה והציון.
- 14.2. המציע יכין **2 עותקים זהים** במבנה המפורט בסעיף 14.1, כאשר הם חתומים על ידי המציע בהתאם לאמור בסעיף 14.6.
- 14.3. ההצעה והעותק ייכרכו באופן שימנע את התפרקותם, וההצעה המקורית תסומן "מקור".

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	


- 14.4. בנוסף לאמור בסעיף 14.3, יכין המציע קובץ סריקה של ההצעה החתומה על כל נספחיה והקבצים הנדרשים בסעיפים לעיל.
- 14.5. ההצעה תמולא בשפה העברית בלבד.
- 14.6. לאישור מסמכי המכרז וצרופותיו, יחתום המציע על גבי הטופס המצורף כנספח 2-ד'.
- 14.7. המציע ימלא את כל המקומות המיועדים למילוי במסמכי המכרז, תוך מתן דגש מיוחד למילוי חוברת ההצעה המצורפת למכרז (כנספח 2) זה במלואה.
- במקרה של סתירה בין חוברת ההצעה לבין גוף המכרז, יפורשו המסמכים באופן המקיים את מטרת המכרז.
- 14.8. העדר נתון או העדר התייחסות לסעיף כלשהו במסמכי ההצעה, ו/או הסתייגות, שינויים, תוספות ו/או חריגות מנוסח מסמכי ההצעה כפי שפורסמו – עלולים לגרום לפסילת ההצעה, לפי שיקול דעת האוניברסיטה.
- 14.9. מכל מקום, אף אם המציע יוסיף, יסתייג, יחרוג ו/או ישנה כאמור והאוניברסיטה תחליט על פי שיקול דעתה שלא לפסול את ההצעה - תהיה האוניברסיטה רשאית להחליט על קבלת ההצעה בהתעלם מאותן תוספות, הסתייגויות, חריגות ושינויים.
- 14.10. המציע יצרף להצעתו את כל האישורים והתצהירים הנדרשים על פי המכרז.
- 15. הגשת ההצעה**
- 15.1. את ההצעה יש להגיש במעטפה סגורה וחתומה, ללא זיהוי חיצוני, למעט שם המכרז ומספר המכרז, כדלקמן:
- 15.1.1. את כל מסמכי ההצעה שיש להגיש, במקור;
- 15.1.2. עותק צילומי של כל המסמכים הנ"ל (סה"כ שני עותקים: אחד מקור ואחד מצולם);
- 15.1.3. מדיה דיגיטלית (תקליטור/דיסק און קי) המכילה סריקה ממוחשבת של כלל המסמכים החתומים המפורטים בסעיף א' לעיל;
- 15.2. המעטפה תוגש לאחר סיום הליך ההבהרות ולא יאוחר מיום **17/9/2024** בשעה **14:00** לתיבת המכרזים המוצבת בבניין הרכש, מבנה מס' 408, חדר 209 באוניברסיטת בר-אילן.
- 15.3. על המעטפה יש לציין את מספר המכרז ואת שמו, ללא זיהוי המציע.
- 15.4. הגשת ההצעה במועד המצוין לעיל היא על אחריות המציעים. ועדת המכרזים לא תדון בהצעה אשר לא תמצא בתוך תיבת המכרזים במועד האחרון להגשת הצעות. לא תותר הגשת הצעה במועד מאוחר למועד האחרון להגשת הצעות.
- לא תתאפשר כניסת מציעים לשטח האוניברסיטה באמצעות רכב לצורך הגשת ההצעה.**
- 15.5. בשום מקרה אין להגיש הצעות בדואר אלקטרוני או בפקס.
- הגשת הצעה חתומה מהווה ראייה לכך, שהמציע קרא את כלל מסמכי המכרז, הבין את האמור בהם ונתן להם את הסכמתו הבלתי מסויגת.
- 15.6. המציע יהיה אחראי לבדיקת תנאי ההזמנה ותנאי ההתקשרות וכל מידע רלוונטי הקשור לביצוע ההתקשרות על פי הזמנה זו, לרבות הדינים והתקנים הרלוונטיים ובהגשת הצעתו הוא מסכים לתנאים כאמור ומוותר על כל טענת אי ידיעה ו/או טעות ו/או אי התאמה.
- 15.7. כל הצעה שתוגש תהא סופית, בלתי חוזרת ובלתי ניתנת לביטול, ולא ניתן יהיה לשנותה ו/או לתקנה, אלא אם נכתב אחרת במסמכי המכרז ו/או אם האוניברסיטה אישרה כי

<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
---

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

- נפלה טעות משמעותית במסמכי המכרז, והיא תחייב את המציע לתקופה כמפורט בהצעה.
- 15.8.** חל איסור על המציעים ו/או מי מהם לתאם מחירים ו/או הצעות עם מציעים אחרים ו/או מי מהם ו/או לבוא בהסדרים עם מציע או מציעים פוטנציאליים כאמור בנוגע למניעת הצעת הגשה על ידם וכל כיו"ב. יודגש שכל פעולה בניגוד לאמור לעיל עלולה להוות עברה פלילית בין היתר בהיותה בגדר הסדר כובל. האוניברסיטה תהא רשאית על פי שיקול דעתה המוחלט לפסול כל הצעה בה קיים לדעתה חשש לתאום פסול כאמור.
- 15.9.** האוניברסיטה רשאית להחליט שלא לקבל אף הצעה, או לקבל חלקים מהצעה, או לממשה בשלבים והכל בהתאם לשיקול דעתה המלא, אילו ציה וצרכיה של האוניברסיטה, בכפוף להוראות מכרז זה ובכפוף להוראות כל דין. החליטה האוניברסיטה לפעול כאמור לעיל, לא תהיה למציעים ו/או למי מהם כל תביעה ו/או דרישה ו/או טענה כלפי האוניברסיטה ו/או כלפי אדם ו/או גוף אחר הפועל בשמה ו/או מטעמה ולחילופין, המציעים ו/או מי מהם מוותרים בהגשת ההצעה על כל טענה ו/או דרישה ו/או תביעה כאמור.
- 15.10.** האוניברסיטה אינה מתחייבת לקבל את ההצעה הזולה ביותר או כל הצעה שהיא והיא תהיה רשאית לבטל ו/או לצמצם ו/או להרחיב את היקף המכרז ו/או לפרסם מכרז חדש ו/או לדחות את מועד ביצוע המכרז - וכן תהיה רשאית לפצל את המכרז ולבחור יותר מזוכה אחד לביצוע העבודות/מתן השירותים על פי מכרז זה – והכל לפי שיקול דעתה, אילו ציה וצרכיה של האוניברסיטה, בכפוף להוראות מכרז זה ובכפוף להוראות כל דין. החליטה האוניברסיטה לפעול כאמור לעיל, לא תהיה למציעים ו/או למי מהם כל תביעה ו/או דרישה ו/או טענה כלפי האוניברסיטה ו/או כלפי אדם ו/או גוף אחר הפועל בשמה ו/או מטעמה ולחילופין, המציעים ו/או מי מהם מוותרים בהגשת ההצעה על כל טענה ו/או דרישה ו/או תביעה כאמור.
- 16. תוקף ההצעה**
- 16.1.** ההצעה תעמוד בתוקפה עד ליום **31/12/2024 (כולל)** גם אם ועדת המכרזים בחרה בהצעה אחרת כהצעה הזוכה וזאת למקרה שבו מציע שזכה במכרז יחזור בו מהצעתו או שההתקשרות החוזית איתו לא נכנסה לתוקף מכל סיבה שהיא או תסתיים טרם זמנה מכל סיבה שהיא.
- 16.2.** בנסיבות אלה רשאית ועדת המכרזים להכריז על בעל ההצעה המיטבית הבאה אחריה בתור כזוכה במכרז, ובלבד שבמועד קבלת ההחלטה ממשיכים להתקיים במציע הבא בתור תנאי הכשירות שהיוו תנאי סף להשתתפות במכרז. כל תנאי המכרז יחולו על בעל ההצעה הבאה. לא עמד המציע המיטבי השני בתנאים הנדרשים או לא רצה להתקשר, תהיה ועדת המכרזים רשאית לפנות לבא אחריו וכן הלאה.
- 16.3.** ועדת המכרזים רשאית להאריך המועד לבחירת ההצעה הבאה בתור ב-**30 יום** נוספים לפי שיקול דעתה.
- 17. חתימה על החוזה**
- 17.1.** המציע שיזכה במכרז יידרש לחתום על ההסכם המצורף ולהחזירו לאוניברסיטה, בצירוף המסמכים הנלווים בתוך **5 ימי עבודה** מהודעת האוניברסיטה על זכייתו, או במועד שייקבע לכך על ידי האוניברסיטה.
- 17.2.** כתנאי לחתימת החוזה על ידי האוניברסיטה, יידרש הזוכה להמציא לאוניברסיטה, בתוך המועד שייקבע בהודעת הדרישה, את כל המסמכים, ההתחייבויות והאישורים המפורטים בחוזה.


<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
---

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**17.3.** אי המצאת המסמכים בתוך המועד שהוקצב לכך מהווה הפרה של תנאי המכרז. במקרה כזה תהיה ועדת המכרזים רשאית להכריז על ביטול זכייתו של המציע במכרז ומסירת ההתקשרות למציע אחר (כשיר נוסף).

**18. כשיר נוסף**

**18.1.** בכל מקרה בו מציע שזכה במכרז לא ישלם את הליך ההתקשרות בעקבות המכרז, או שההתקשרות איתו תסתיים לפני תום מועד ההתקשרות, תהיה האוניברסיטה רשאית לפנות למציע שזכה בציון המשוקלל הבא בדרגתו, כדי שיחתום על הסכם ההתקשרות.

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**ד כלי**

**19. דרישה למידע נוסף או הבהרות**

19.1. ועדת המכרזים רשאית לבקש מכל מציע, בכל שלב של המכרז, הבהרות בכתב או בעל פה להצעה, השלמת מידע חסר, המלצות או אישורים המתייחסים לדרישות המפורטות במכרז, לצורך בחינת עמידתו של המציע בתנאי המכרז. כן רשאית ועדת המכרזים לבצע כל פעולה אחרת הדרושה לבחינת ההצעה ובלבד שלא יהיה בכך כדי לאפשר למציע לשנות את הצעתו או להעניק לו יתרון בלתי הוגן על מציעים אחרים. ההבהרות יהיו חלק בלתי נפרד מההצעה.

19.2. ועדת המכרזים רשאית להורות על תיקון פגם שנפל בהצעה או להבליג על הפגם, אם מצאה כי אין בכך כדי לפגוע בשוויון בין המציעים או כי החלטה זו משרתת באופן המרבי את תכליתו של מכרז זה.

**20. הצעה מסויגת או מותנית**

20.1. מציע לא יסייג את הצעתו או יתנה אותה באופן שאינו עולה בקנה אחד עם דרישות המכרז. האוניברסיטה תהיה רשאית לפסול הצעה מסויגת או מותנית או להתעלם מהסייג או מהתנאי, מטעמים שיירשמו.

20.2. מציע המבקש להתנות או להסתייג מדרישות המסמך, רשאי להעלות את השגותיו או הערותיו במסגרת הליך ההבהרות בלבד.

**21. הצעה תכסיסנית**

21.1. הצעה תכסיסנית או שיש בה משום חוסר תום לב או הצעה שמניתוח שלה עולה כי היא הפסדית או שאין לה בסיס כלכלי ברור ומוצק שניתן להסבירו – תיפסל.

**22. ביטול ושינוי**

22.1. האוניברסיטה תהיה רשאית, בכל שלב של המכרז, לבטל את המכרז, כולו, או חלקו. המציעים מוותרים בזאת על סעד של אכיפה או פיצויים בשל ביטול המכרז.

22.2. האוניברסיטה תהיה רשאית לבחור יותר מספק אחד, ולפצל ביניהם את העבודה, בהתאם לתנאים הקבועים בהסכם ובהצעה.

22.3. האוניברסיטה רשאית לשנות את תנאי המכרז עד למועד הגשת ההצעות. הודעה על השינוי תפורסם בהתאם לקבוע בסעיף 4.2.

**23. קניין האוניברסיטה במסמכים**

23.1. הזכויות הקנייניות במכרז זה ובכל המסמכים המצורפים להסכם למכרז זה, הן של האוניברסיטה. המציע אינו רשאי להשתמש במסמכים אלו לשום מטרה אחרת מלבד עריכת הצעה למכרז זה.


**24. עיון בהצעות מתחרים**

24.1. בהתאם לדין, יש למציעים זכות עיון במסמכי ההצעה הזוכה. לכן, במידה ומציע סבור כי ישנם חלקים חסויים בהצעתו אשר הוא מבקש כי לא יתאפשר כל עיון בהם – עליו לפרטם במסגרת מסמכי ההצעה וועדת המכרזים תשקול את בקשתו ואינה חייבת לקבלה. **על המציע לקחת בחשבון כי אם יציין סעיפים חסויים בהצעתו, יימנע ממנו, במסגרת זכות העיון לעיין בסעיפים המקבילים בהצעות המתחרות.**

24.2. למרות האמור בסעיף 24.1 לעיל, הצעת המחיר אינה בגדר פרט חסוי.

24.3. האוניברסיטה שומרת על זכותה לפרסם באופן פומבי באתר האינטרנט ובכל דרך אחרת שלה את פרטי הזוכה והזכייה במכרז. הגשת ההצעה כמוה כהסכמה לפרסום זה.

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---


מכרז מס': 19/24	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**25. סמכות שיפוט**

סמכות השיפוט הבלעדית לדון בתובענה שעילתה במכרז זה נתונה לבתי המשפט המוסמכים במחוז תל אביב.

עמוד 23

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**נספח 1 למכרז – מפרט השירותים הנדרשים מהספק**

1.

**תיאור הפעילות הנדרשת מהספק**

**1.1. כללי - היכרות עם האוניברסיטה**

- 1.1.1. במהלך החודש הראשון להתקשרות תתבצע פעילות היכרות ולמידה של הספק הזוכה עם האוניברסיטה בהתאם להנחיות מערך השיווק והפיתוח העסקי.
- 1.1.2. תהליך ההיכרות יתבצע בדרך של מפגשים בין הצוות המוביל מטעם הספק ובין נציגים מטעם האוניברסיטה (ממערך השיווק ומהפקולטות).
- 1.1.3. פעילות זו תתבצע ללא תשלום נוסף.

**במקרה שהפרסום הפרוגרמטי יהיה בידי משרד הפרסום, יקצה המשרד מנהל לקוח דיגיטל, בנוסף למנהל הלקוח הכללי.**

**1.2. שירות וניהול לקוח**

- 1.2.1. קיום פגישות אחת לשבועיים (ולעיתים גם פעם בשבוע) במהלך השנה בהתאם לצרכי האוניברסיטה כולל השתתפות בעלים/שותף ומנהל הלקוח בפגישות.
- 1.2.2. הגדרת ניהול לקוח עבור האוניברסיטה - בהתאם להגדרות בגוף המכרז.
- 1.2.3. במידה שהפרסום הפרוגרמטי יהיה בידי משרד הפרסום, יקצה המשרד מנהל לקוח דיגיטל, בנוסף למנהל הלקוח הכללי.

**1.3. אסטרטגיה וקריאייטיב**

- 1.3.1. ניתוח התחרות ומעקב אחר כלל הסביבה השיווקית באופן קבוע.
- 1.3.2. תובנות קהלי יעד – צרכים, חסמים ועמדות.
- 1.3.3. פתרון אסטרטגי לפרסום – בידול ויצירת יתרון על פני המתחרים באופן המשרת את מטרות השיווק.
- 1.3.4. פתרון קריאייטיבי המביא לידי ביטוי את הפתרון האסטרטגי.

**1.4. תכנית עבודה כוללת**


- 1.4.1. תכנון שנתי הכולל קמפיינים ייעודיים/עונתיים.
- 1.4.2. התייחסות ללוח השנה האקדמי (פתיחת שנה, פתיחת הרשמה וכו').
- 1.4.3. התייחסות לאירועים אוניברסיטאיים.
- 1.4.4. בחירת מדיות מתאימות לפעילויות הפרסום והשיווק השונות והתמהיל ביניהן.

**1.5. ניהול קמפיינים / פעילויות שיווק ופרסום - כללי**

- 1.5.1. הספק יהיה אחראי לביצוע העבודה החל מקבלת הברייף, ועד לפרסום התוצר המבוקש על פי לוחות הזמנים שיוגדרו בהזמנה. גם אם הספק מפעיל ספק משנה הספק יישא באחריות מלאה לפעילות הפרסום.
- 1.5.2. הספק יבצע כל פעילות עיצוב, קופירייטינג ופלנינג שיבקש המזמין.
- 1.5.3. הספק יפקח על ביצוע הפרסום, יאמת את עמידת המדיה בהתחייבויותיה, ויספק למזמין הוכחה בדבר הפרסום כפי שיאושר על ידי המזמין.

<b>חתימת המציע</b>
(בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)



<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**1.5.4.** הספק יעביר לאוניברסיטה דו"חות ונתונים במהלך ביצוע פעילות הפרסום/הקמפיין, בהתאמה לדרישות האוניברסיטה. בתום פעילות הפרסום/הקמפיין, הספק יעביר לאוניברסיטה דו"ח מסכם הכולל את ביצועי פעילות הפרסום/הקמפיין לפי פירוט מדיה וכלים פרסומיים.

**1.6. ניהול קמפיינים / פעילויות שיווק ופרסום – דגשים**

- 1.6.1.** הספק ידאג למיקומים טובים במדיות השונות עבור פרסומי המזמין.
- 1.6.2.** באחריות הספק לממשק את הקמפיינים הדיגיטליים למערכות הטכנולוגיות של האוניברסיטה (כדוגמת מערכת ה-CRM).
- 1.6.3.** לתשומת לב: האוניברסיטה פועלת בתחום הדיגיטל (פרפורמנס) - עם ספקים נוספים. במקרים נקודתיים בהם תהיה השקה בין התחומים, תקבע האוניברסיטה על פי שיקול דעתה הבלעדי מי יהיה הגורם המוביל בקמפיין ומה תהיה חלוקת האחריות.


**2. תקציב וריטיינר**

**2.1. פרסום כללי**

- 2.1.1.** תקציב הפרסום הכללי מוערך בין 3 מ' ש"ח ובין 5 מ' ש"ח. הריטיינר ייקבע בתחילת השנה לפי צפי התקציב השנתי, ובסוף שנת התקציב (ספטמבר) תיערך התחשבות בין האוניברסיטה לספק במסגרתה תחושב התמורה הסופית המגיעה לספק.
- 2.1.2.** הריטיינר יכלול את כל עבודות הסטודיו הנדרשות לטובת מדיה. הריטיינר לא יכלול עבודות סטודיו שאין בעבורן מדיה, והתמורה בגין עבודות אלה, תשולם בנפרד על פי הצעת המחיר במכרז.

**2.2. פרסום במדיה פרוגרמטית\***

- 2.2.1.** תקציב המדיה הפרוגרמטית ינוע בין 1.5 ובין 2 מ' ש"ח. בעבור המדיה הפרוגרמטית ישולמו דמי ניהול ועליהם תתווסף עמלת סטודיו למדיה הפרוגרמטית (דמי הניהול לא יעברו את ה 15%)
- 2.2.2.** עמלת הסטודיו עבור מדיה פרוגרמטית תכלול את כל עבודות הסטודיו הנדרשות לטובת המדיה הפרוגרמטית (פוסטים, באנרים, מודעות חיפוש, עיצוב דפי נחיתה וכו'). היא לא תכלול עבודות סטודיו שאין בעבורן מדיה, ואלו תשולמנה בנפרד על פי הצעת המחיר במכרז.
- 2.2.3.** דמי הניהול ועמלת הסטודיו עבור המדיה הפרוגרמטית ייקראו יחד "דמי ניהול ועמלת סטודיו". "דמי ניהול ועמלת סטודיו" יהוו חלק מכל תשלום עבור פעילות מדיה פרוגרמטית, ולא תשולם תמורה נוספת מעבר להן.
- \* גם במידה והפרסום הפרוגרמטי יהיה בידי משרד הפרסום - האוניברסיטה משאירה לעצמה את האפשרות להעביר הטיפול והניהול במדיה פרוגרמטית לידי משרד מתמחה, או לחלק את התקציב והאחריות בין משרד הפרסום למשרד מתמחה.

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

### 3. כוח אדם ואמצעים

#### 3.1. לצורך מתן השירותים יעסיק הספק את הגורמים הבאים לפחות:

3.1.1. ניהול לקוחות;

3.1.2. פלנינג (אסטרטגיה);

3.1.3. קריאייטיב;

3.1.4. הפקה;

3.1.5. סטודיו;

3.1.6. דיגיטל;

3.1.7. סושיאל

3.1.8. תכנון ורכש מדיה;

כל העובדים יהיו בעלי הכשרות, הסמכות וניסיון משמעותי בתחומי העיסוק אליהם יועדו.

#### 3.2. החלפות ושינויים

3.2.1. בתחילת ההתקשרות יציג הספק לנציגי המזמין את הצוות שיספק את השירותים.

3.2.2. במקרה בו הספק או המזמין מבקשים לבצע החלפות של הצוות הניהולי של הפעילות - תבוצע ההחלפה רק בתיאום מראש עם המזמין ובהסכמתו.

3.2.3. במקרה בו יבקשו הספק או המזמין להחליף את חברת המדיה, יבקש אישור מראש להחלפת חברת המדיה, ויציג את החברה המיועדת לאישור נציגי המזמין.

3.2.4. המחירים שיוספקו למזמין במקרה שתוחלף חברת המדיה לא יעלו על המחירים המקוריים שהוצגו בהצעת המחיר של הספק.

3.2.5. המזמין יהיה רשאי לפנות לספק בדרישה מנומקת להחליף עובד בצוות נותן השירות, והספק יחליפו בתוך פרק זמן סביר מהדרישה.

#### 4. לוחות זמנים במסגרת הפעילות

4.1. הספק יעמוד בזמנים ובתנאים שיוגדרו על ידי המזמין, תוך עמידה בזמני הגשת התוצרים לפרסום במדיום הרלבנטי ובעמידה ביעדים.

4.2. הספק ייתן עדיפות לצרכי האוניברסיטה בביצוע עבודות בהתאם ללוחות הזמנים הנדרשים.


על הספק לקחת בחשבון כי פעילות הפרסום של האוניברסיטה מתבצעת לכל אורך השנה כאשר ישנם "שיאי פעילות" בחלק מהחודשים בהם מתגברת פעילות הפרסום באופן משמעותי.

#### 5. רכש מדיה


5.1. רכש המדיה יתבצע על ידי הספק עצמו, או על ידי חברת מדיה חיצונית איתה עובד הספק, ואשר הוצגה בהצעתו וקיבלה את אישור האוניברסיטה מראש ובכתב לספק שירותים אלה.

5.2. האוניברסיטה תהיה רשאית לרכוש מדיה באופן ישיר או עקיף, מהמדיה או מספקי שירותים אחרים.

5.3. במקרה בו תרכוש האוניברסיטה מדיה ישירות, תעביר לספק תשלום עמלת רכישה בגובה העמלה שפורטה בהצעת המחיר, או בגובה עמלה אחרת שתוסכם בין הצדדים.

<b>מכרז מס': 19/24</b>	<b>אוניברסיטת בר-אילן</b>  Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

- 5.4. במקרה בו תרכוש האוניברסיטה מדיה באמצעות ספק אחר, לא תשולם לספק שנבחר במכרז זה עמלת רכישה כלשהי, אא"כ יוסכם אחרת בין הצדדים.
6. **מסירת דיווחים וחשבוניות**
- 6.1. הספק יעביר למחלקת הרכש חשבוניות לתשלום בצירוף עותק של הזמנת השירות, צילום / סריקה של הפרסום כולל תאריך הפרסום ואישור מטעם הדורש על ביצוע השירות.
- 6.2. חשבונית שתועבר למחלקת הרכש בלא הזמנה מאושרת לא תשולם.
- 6.3. אחת לרבעון, או במועדים תכופים יותר, אם תבקש זאת האוניברסיטה יעביר הספק דיווח על הפרסומים שבוצעו על ידיו בחלוקה ליחידות ולגופים בהם פורסמו.
- 6.4. בנוסף יעביר הספק דיווחים סטטיסטיים לפי מדיום וקטגוריות.
7. **סודיות**
- הספק ישמור באופן מלא על סודיות המידע המתקבל מטעם האוניברסיטה וקשור לעסקיה, או שנצבר במסגרת הפעילות.
- הספק ימנע גישה של גורמים שלא הורשו לכך לכל מידע שקשור לפעילותו מול האוניברסיטה, לרבות: תכנים, עיצובים וקמפיינים.
8. **רמת שירות**
- 8.1. הספק יעמוד בלוחות הזמנים שיוגדרו.
- 8.2. הספק יהיה מחויב לעמוד בסטנדרט שירות זה.
9. **שקיפות**
- 9.1. האוניברסיטה, או הגורם שיוסמך על ידה, תהיה רשאית לבקר את ההתנהלות החשבונאית של הספק, ולפקח על הביצועים הרלוונטיים בתחומי השירותים המסופקים במכרז, לרבות רכש המדיה.
- 9.2. הספק מחויב לשתף פעולה עם האוניברסיטה ולהציג בפניה מסמכים, חשבוניות ופירוט עסקות שנוגעות ישירות לפעילות המבוצעת עבורה.
10. **היעדר ניגוד עניינים**
- 10.1. הספק יודיע לנציג האוניברסיטה מיד עם התקיים מצב בו מתעורר מצב בו עלול הספק להימצא בניגוד עניינים (כגון זכיה בהליך למתן שירותי פרסום למוסד אקדמי מתחרה).
- 10.2. הספק ימסור לנציג האוניברסיטה את מלוא המידע ויפעל בהתאם להנחיות האוניברסיטה.

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

## נספח 2 – בריף לקמפיין בוחן

### 1. רקע על האוניברסיטה

- 1.1 ענף ההשכלה הגבוהה בישראל הפך בשנים האחרונות לתחרותי ביותר.
- 1.2 אוניברסיטת בר-אילן הינה מהאוניברסיטאות הגדולות בארץ, ומשמשת כמוסד אקדמי עבור עשרות אלפי סטודנטים מכלל מגזרי החברה.
- 1.3 האוניברסיטה פועלת לקדם את מותג "בר-אילן" ואת העדפתו והבחירה בו. לצורך כך השלימה תהליך מיתוג מקיף למותג העל ולמותגי המשנה, ונקבע ספר מותג. [המופיע בלינק](#)
- 1.4 באוניברסיטה פקולטות ומחלקות במגוון תחומים (הנדסה, רפואה, מדעי החיים, מדעים מדויקים, מדעי היהדות, מדעי החברה, מדעי הרוח, חינוך, משפטים, לימודים בינתחומיים), בהן מתקיימת פעילות אקדמית ומחקרית ענפה, וכל אחת מהן פועלת לגייס סטודנטים אליה. בנוסף, האוניברסיטה מציעה לימודי המשך, קורסים אקדמיים שלא לתואר בתת מותג הנקרא "אקדימה"
- 1.5 האוניברסיטה פועלת לקיים פעילות שיווקית לקהלי היעד ולבעלי העניין לכל אורך השנה, ברמות שונות של עצימות כתלות במטרות הפרסומים.
- 1.6 האוניברסיטה פועלת מול הציבור הרחב במגוון אירועים ויוזמות (הרצאות פתוחות לקהל, אירועי ליל המדענים, ימים פתוחים ויוזמות נוספות לקהל הרחב), ומטרתה לחשוף פעילויות אלו לציבור.

### 2. קהלי יעד

#### 2.1 קהלי יעד עיקריים

- 2.1.1 מתעניינים בלימודים לתואר ראשון.
- 2.1.2 מתעניינים בלימודים מתקדמים – לתואר שני עם/בלי תזה ולדוקטורט.
- 2.1.3 מתעניינים ללימודי העשרה, הכשרה והתמקצעות ללימודים שלא לתואר. (אקדימה)


#### 2.2 קהלי יעד נוספים

- 2.2.1 מתעניינים בלימודי מכינה
- 2.2.2 מתעניינים בלימודי תעודה, במרכז לתוכניות ייעודיות.

#### 2.3 קהלי יעד תדמיתיים

- 2.3.1 קהלים משפיעים בתעשייה
- 2.3.2 הקהילה האקדמית בישראל, חוקרים ומרצים.
- 2.3.3 משפחות וחברים של הקהלים העיקריים כמעגלי השפעה
- 2.3.4 קהל רחב – כלל תושבי מדינת ישראל
- 2.3.5 סגל אקדמי ומנהלי פנים-ארגוני כחלק מבניית 'גאוות יחידה'.

חתימת המציע
(בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

### 3. בריף מקוצר לקמפיין יום פתוח עבור מציגי מצגת בשלב ב'.

**3.1.** כחלק ממאמצי גיוס סטודנטים האוניברסיטה מקיימת ימים פתוחים אשר מאפשרים

למתעניינים ללימודי תואר ראשון, תואר שני ודוקטורט (תואר שלישי) הזדמנות להגיע לקמפוס ולפגוש נציגים, סגל מחקרי, סגל הוראה וסגל מינהלי מכל 52 מחלקות בתחומי הלימוד המגוונים. באוניברסיטה קיימים 10 פקולטות ומערך לתוכניות לימודיות שמהוות הזדמנות ללמוד ולהתמקצע מגוון רחב ועשיר של תחומי לימוד. רשימת תחומי הלימוד (פקולטות) הם: הנדסה, רפואה, מדעים מדויקים (כימיה, פיזיקה, מדעי המחשב ומתמטיקה), מדעי החיים, משפטים, מדעי הרוח, מדעי היהדות, חינוך, היחידה ללימודים בין תחומיים (מדעי המח, פרשנות ותרבות, מגדר) ומערך לתוכניות ייעודיות הבונות תוכניות ייעודיות לקהלי יעד מסוימים כגון זרועות הבטחון. ניתן להתרשם מהמגוון באתר האוניברסיטה. בנוסף היום הפתוח מאפשר למתעניינים לקבל מידע על מלגות, שכר לימוד, תנאי קבלה, שירותי מעונות, שירותים למגזרים ייעודיים ועוד מגוון שאלות מנהליות שיש למתעניינים במגוון רחב של תחומים.

**3.2.** קמפיין יום פתוח היא ההזדמנות הגדולה ביותר לפרסם במדינות רחבות ולקדם **3 מסרים עיקריים.**


**3.2.1.** תדמית האוניברסיטה כאוניברסיטה משפיעה במצינות מחקר ומגוון תחומי דעת.

**3.2.2.** אוניברסיטה הצומחת ביותר במספר הסטודנטים מאז **2018**

**3.2.3.** הזמנה ליום פתוח בקמפוס האוניברסיטה ביום שישי **14.2.25**

ליום פתוח מגיעים כ **6,000 מתעניינים** ללימודים. הקמפיין מקדם רישום ליום הפתוח בעזרת דף נחיתה ייעודי ומונה כ-**12,000 מתעניינים** אשר משאירים את פרטי המידע שלהם. במהלך היום הפתוח ומספר ימים עוקבים נרשמים לאוניברסיטה כ **2,100 נרשמים**. יום הפתוח וכ **5 ימים** אחריו הקמפיין מלווה ברימרקטינג ופרסום קוד הנחה המקנה **200 ₪** הנחה לנרשמים ללימודים בימים אלו. מחיר מלא להרשמה כ-**513 ₪**.

**4. תקציב לקמפיין כולל מדיה, הפקה, דמי ניהול ומע"מ – 1 מיליון ₪ מ- 1.1.2025**

מכרז מס': 19/24	אוניברסיטת בר־אילן Bar-Ilan University 
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	


נספח 2

מכרז 19/24

# חוברת הצעה

עמוד 30

	חתימת המציע (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	--

מכרז מס': 19/24	<b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University 
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**חוברת ההצעה – מכרז 19/24: שירותי פרסום לאוניברסיטה**

**(יש להגיש ב-2 עותקים כולל הצעת מחיר מלאה)**

לכבוד  
 אוניברסיטת בר - אילן  
 רמת - גן


שלום רב,

אני, \_\_\_\_\_, מ.ז. \_\_\_\_\_ מתכבד / ת להגיש את הצעתי למכרז שבנדון.

**הנחיות למילוי חוברת ההצעה**

1. בכל מקום בחוברת ההצעה שבו נדרשת חתימה, הכוונה היא לחתימת מורשה החתימה מטעם המציע.
2. הצעה בה יחסרו נתונים, או שיצוינו הערות / הסתייגויות עלולה להיפסל בשל פגיעה ביכולת האוניברסיטה לבצע השוואה אמינה בין ההצעות.
3. פרטי המציע – המציע נדרש לציין את פרטיו המלאים על גבי הטופס המצורף.
4. ניסיון המציע – המציע נדרש למלא פרטים אודות ניסיונו על גבי הטבלאות המתאימות. בפירוט הניסיון, יציג המציע את שמות הלקוחות עבורם בוצעו הפרויקטים, תיאור הפעילות שבוצעה ואיש קשר מטעם הלקוח עמו ניתן לשוחח לצורך קבלת חוות דעת. על המציע לצרף תיאור ניסיון בו ירחיב על הפעילות שביצע ונקודות ייחודיות רלוונטיות ללקוח. בנוסף יציג מקרה בוחן עבור לקוח אחד לפחות שהוצג במענה לדרישות הניסיון (בסעיף 2.1).
5. באפשרות המציע להוסיף טבלאות בפורמט זהה לצורך הצגת ניסיון רב יותר.  
**כוח האדם של המציע**  
 המציע נדרש להציג את המועמדים מטעמו לספק את השירותים, את הכשרותיהם המקצועיות וניסיונם בביצוע עבודות בתחום.  
 על המציע לצרף להצעה קורות חיים עדכניים עבור **העובדים המוצעים על ידיו** (כמפורט בסעיף 4 בחוברת ההצעה)
6. תצהירים, אישורים ורישיונות – המציע יצרף להצעתו את כל התצהירים הנדרשים במכרז כשהם מלאים, חתומים ומאושרים על ידי עורך דין מטעמו. בנוסף יצרף המציע את כל האישורים הנדרשים כגון אישור ניהול פנקסים, אישור ניכוי מס, ויתר הרישיונות הנדרשים לצורך ביצוע העבודה.

<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
---


<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**התחייבויות המציע**

1. הריני מתכבד להגיש בזאת בשם \_\_\_\_\_ (שם המציע), ובתור מורשה החתימה שלה, את הצעת המחיר לשירותי פרסום לאוניברסיטה על פי המפורט במסמכי המכרז ובמפרט.
2. הנני מתחייב לבצע את כל העבודות הנדרשות והמתוארות בתיאור הפעילות הנדרשת, במסמכי המכרז והחוזה.
3. הנני מתחייב להעסיק את צוות העובדים המוצג בהצעתי למכרז ולפעול בהתאם לדרישות הנוגעות בהפעלתו.
4. הסעיפים החסויים בהצעתי הינם: \_\_\_\_\_, בנימוק הבא: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
5. ידוע לי כי:
  - א. בסמכות ועדת המכרזים לאפשר צפייה גם בסעיפים בהצעתי, שהוגדרו כחסויים על ידי, וזאת על פי שיקול דעתה הבלעדי.
  - ב. במקרה בו אבקש לממש זכות עיון על פי תקנות חובת המכרזים, תיאסר עלי צפייה בסעיפים אותם הגדרתי כחסויים בהצעתי, בהצעה הזוכה.

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---



<b>מכרז מס': 19/24</b>	<b>אוניברסיטת בר-אילן</b>  Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**1. פרטי המציע**

- א. שם המציע
- ב. פרטי איש הקשר למכרז
- ג. מספר מזהה (ח"פ / ע"מ)
- ד. מען המציע (כולל מיקוד)
- ה. טלפונים
- ו. כתובת דואר אלקטרוני
- ז. פרטי מורשה / החתימה  
 מטעם המציע

**אישור עו"ד המאשר כי ההצהרה לעיל נחתמה על ידי מורשי חתימה מטעם המציע**

חתימה וחתימת המציע	שם מלא של עו"ד	תאריך

עמוד 33

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---

## 2. ניסיון המציע

על המציע להציג את ניסיונו באספקת השירותים הנדרשים בהתאם לטבלה הבאה, מעבר לנדרש בתנאי הסף.


יש להתייחס לכל תא בטבלה בו מקום ריק למילוי.

**2.1 ניסיון במתן שירותי פרסום במדיה און ליין ואופ ליין, במהלך כל אחת משלוש השנים האחרונות המסתיימות במועד פרסום המכרז בהתאם לתנאים המצטברים המפורטים בסעיף 6.3.2:**

מועדי התקשרות (חודש ושנה) (מ: __ עד: __)	שם הלקוח/החברה:				
	דוא"ל	טלפון נייד	טלפון קווי	תפקיד	איש הקשר
____ - ____					
<b>תחום העיסוק של הלקוח:</b>					
<b>מקרה בוחן</b>	<b>היקף התקשרות שנתי ממוצע</b>	<b>מספר תחומי פעילות*</b>	<b>מספר תתי המותג*</b>		
כן <input type="checkbox"/> לא <input type="checkbox"/>					
<b>ניהול קמפיינים ב-On-Line וב-Off-Line, בפלטפורמות:</b>					
<input type="checkbox"/> טלוויזיה	<input type="checkbox"/> רדיו	<input type="checkbox"/> עיתונות			
<input type="checkbox"/> ופעילות בסושיאל	<input type="checkbox"/> פעילות דיגיטלית	<input type="checkbox"/> שילוט חוצות			
תיאור הפעילות (לרבות פירוט אתגרים, יעדים שהוגדרו, מדדי הצלחה, שירותים שסופקו):					

\* בהתאם להגדרה בתנאי הסף 6.3.2.

תאריך	פרטי החותם מטעם המציע	חתימה וחותמת המציע


<b>מכרז מס': 19/24</b>	<b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University 
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

מועדי ההתקשרות (חודש ושנה) (מ: __ עד: __)	שם הלקוח/החברה: _____				
	דוא"ל	טלפון נייד	טלפון קווי	תפקיד	איש הקשר
_____ - _____					2.
<b>תחום העיסוק של הלקוח:</b>					
מקרה בוחר	היקף התקשרות שנתי ממוצע	מספר תחומי פעילות*	מספר תתי המותג*		
<input type="checkbox"/> לא <input type="checkbox"/> כן					
<b>ניהול קמפיינים ב-On-Line וב-Off-Line, בפלטפורמות:</b>					
<input type="checkbox"/> טלוויזיה		<input type="checkbox"/> רדיו		<input type="checkbox"/> עיתונות	
<input type="checkbox"/> ופעילות בסושיאל		<input type="checkbox"/> פעילות דיגיטלית		<input type="checkbox"/> שילוט חוצות	
<b>תיאור הפעילות (לרבות פירוט אתגרים, יעדים שהוגדרו, מדדי הצלחה, שירותים שסופקו):</b>					

תאריך	פרטי החותם מטעם המציע	חתימה וחותמת המציע

עמוד 35

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---


<b>מכרז מס': 19/24</b>	<b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University 
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

מועדי ההתקשרות (חודש ושנה) (מ: __ עד: __)	שם הלקוח/החברה: _____				
	דוא"ל	טלפון נייד	טלפון קווי	תפקיד	איש הקשר
_____ - _____					3.
<b>תחום העיסוק של הלקוח:</b>					
מקרה בוחן	היקף התקשרות שנתי ממוצע	מספר תחומי פעילות*	מספר תתי המותג*		
<input type="checkbox"/> לא <input type="checkbox"/> כן					
<b>ניהול קמפיינים ב-On-Line וב-Off-Line, בפלטפורמות:</b>					
<input type="checkbox"/> טלוויזיה		<input type="checkbox"/> רדיו		<input type="checkbox"/> עיתונות	
<input type="checkbox"/> ופעילות בסושיאל		<input type="checkbox"/> פעילות דיגיטלית		<input type="checkbox"/> שילוט חוצות	
<b>תיאור הפעילות (לרבות פירוט אתגרים, יעדים שהוגדרו, מדדי הצלחה, שירותים שסופקו):</b>					

תאריך	פרטי החותם מטעם המציע	חתימה וחותמת המציע

עמוד 36

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---


מכרז מס': 19/24	<b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University 
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

מועדי ההתקשרות (חודש ושנה) (מ: __ עד: __)	שם הלקוח/החברה: _____				
	דוא"ל	טלפון נייד	טלפון קווי	תפקיד	איש הקשר
_____ - _____					4.
<b>תחום העיסוק של הלקוח:</b>					
מקרה בוחר	היקף התקשרות שנתי ממוצע	מספר תחומי פעילות*	מספר תתי המותג*		
<input type="checkbox"/> לא <input type="checkbox"/> כן					
<b>ניהול קמפיינים ב-On-Line וב-Off-Line, בפלטפורמות:</b>					
<input type="checkbox"/> טלוויזיה	<input type="checkbox"/> רדיו	<input type="checkbox"/> עיתונות			
<input type="checkbox"/> ופעילות בסושיאל	<input type="checkbox"/> פעילות דיגיטלית	<input type="checkbox"/> שילוט חוצות			
תיאור הפעילות (לרבות פירוט אתגרים, יעדים שהוגדרו, מדדי הצלחה, שירותים שסופקו):					

תאריך	פרטי החותם מטעם המציע	חתימה וחותמת המציע

עמוד 37

<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
---

<b>מכרז מס': 19/24</b>	<b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University 
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

מועדי ההתקשרות (חודש ושנה) (מ: __ עד: __)	שם הלקוח/החברה: _____				
	דוא"ל	טלפון נייד	טלפון קווי	תפקיד	איש הקשר
_____ - _____					.5
<b>תחום העיסוק של הלקוח:</b>					
מקרה בוחר	היקף התקשרות שנתי ממוצע	מספר תחומי פעילות*	מספר תתי המותג*		
<input type="checkbox"/> לא <input type="checkbox"/> כן					
<b>ניהול קמפיינים ב-On-Line וב-Off-Line, בפלטפורמות:</b>					
<input type="checkbox"/> טלוויזיה		<input type="checkbox"/> רדיו		<input type="checkbox"/> עיתונות	
<input type="checkbox"/> ופעילות בסושיאל		<input type="checkbox"/> פעילות דיגיטלית		<input type="checkbox"/> שילוט חוצות	
<b>תיאור הפעילות (לרבות פירוט אתגרים, יעדים שהוגדרו, מדדי הצלחה, שירותים שסופקו):</b>					

**המציע רשאי להוסיף טבלאות ניסיון באמצעות העתקת עמוד זה ומילוי הטבלה המציע רשאי להרחיב בתיאור הפעילות באמצעות הוספת עמודים נוספים.**

תאריך	פרטי החותם מטעם המציע	חתימה וחותמת המציע

עמוד 38

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---

**2.2 ניסיון ברכש מדיה ב"און-ליין" ו"באוף-ליין" בהתאם לתנאים המפורטים בסעיף 6.3.2**  
**(הניסיון המוצג כולו של הגוף הרלוונטי):**

הניסיון משויך ל:  מציע  ספק משנה:

מועדי ההתקשרות (חודש ושנה) (מ: __ עד: __)	שם הלקוח/החברה:					1.
	דוא"ל	טלפון נייד	טלפון קווי	תפקיד	איש הקשר	
____ - ____						
	מתוכו מדיה אוף-ליין	מתוכו מדיה און-ליין	היקף פעילות שנתי			
תיאור הפעילות:						
מועדי ההתקשרות (חודש ושנה) (מ: __ עד: __)	שם הלקוח/החברה:					2.
	דוא"ל	טלפון נייד	טלפון קווי	תפקיד	איש הקשר	
____ - ____						
	מתוכו מדיה אוף-ליין	מתוכו מדיה און-ליין	היקף פעילות שנתי			
תיאור הפעילות:						

תאריך	פרטי החותם מטעם המציע	חתימה וחותמת המציע

מכרז מס': 19/24

שירותי פרסום לאוניברסיטה

מערך שיווק ופיתוח עסקי

אוניברסיטת  
בר-אילן  
Bar-Ilan University




מועדי ההתקשרות (חודש ושנה) (מ: __ עד: __)	שם הלקוח/החברה: _____					3.
	דוא"ל	טלפון נייד	טלפון קווי	תפקיד	איש הקשר	
_____ - _____						
מתוכו מדיה אופ-ליין		מתוכו מדיה און-ליין		היקף פעילות שנתי		
תיאור הפעילות:						
מועדי ההתקשרות (חודש ושנה) (מ: __ עד: __)	שם הלקוח/החברה: _____					4.
	דוא"ל	טלפון נייד	טלפון קווי	תפקיד	איש הקשר	
_____ - _____						
מתוכו מדיה אופ-ליין		מתוכו מדיה און-ליין		היקף פעילות שנתי		
תיאור הפעילות:						
מועדי ההתקשרות (חודש ושנה) (מ: __ עד: __)	שם הלקוח/החברה: _____					5.
	דוא"ל	טלפון נייד	טלפון קווי	תפקיד	איש הקשר	
_____ - _____						
מתוכו מדיה אופ-ליין		מתוכו מדיה און-ליין		היקף פעילות שנתי		
תיאור הפעילות:						

תאריך	פרטי החותם מטעם המציע	חתימה וחותמת המציע

עמוד 40

	חתימת המציע (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	--



<b>מכרז מס': 19/24</b>	<b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University 
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

מועדי ההתקשרות (חודש ושנה) (מ: __ עד: __)	שם הלקוח/החברה: _____					
	דוא"ל	טלפון נייד	טלפון קווי	תפקיד	איש הקשר	
____ - ____						.6
מתוכו מדיה און-ליין		מתוכו מדיה און-ליין		היקף פעילות שנתי		
תיאור הפעילות:						
מועדי ההתקשרות (חודש ושנה) (מ: __ עד: __)	שם הלקוח/החברה: _____					
	דוא"ל	טלפון נייד	טלפון קווי	תפקיד	איש הקשר	
____ - ____						.7
מתוכו מדיה און-ליין		מתוכו מדיה און-ליין		היקף פעילות שנתי		
תיאור הפעילות:						

**המציע רשאי להוסיף טבלאות ניסיון באמצעות העתקת עמוד זה ומילוי הטבלה**

תאריך	פרטי החותם מטעם המציע	חתימה וחותמת המציע

עמוד 41

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---



**4. נתוני כוח האדם של המציע**

המציע יציג את כוח האדם המועסק על ידו.

ככל שהמבנה הארגוני של המציע שונה מהמבנה המוצג, יציב את עובדיו בהתאם להגדרות הרלוונטיות:

**4.1 מנהל לקוח**

שם מנהל הלקוח	מספר זיהוי	תפקידו אצל המציע	תק' העסקה
פרטי ההכשרה	סוג הסמכה (תואר)	מועד סיום	
<b>ניסיון בעל התפקיד</b>			
שם הלקוח	תיאור התפקיד בפרויקט	מועדי התפקיד	פרטי התקשרות

\* על המציע לצרף גיליון קורות חיים ותעודות השכלה של מנהל הלקוח

תאריך	פרטי החותם מטעם המציע	חתימה וחותמת המציע

מכרז מס': 19/24

שירותי פרסום לאוניברסיטה

מערך שיווק ופיתוח עסקי

אוניברסיטת  
בר־אילן  
Bar-Ilan University



4.2 מחלקות המופעלות אצל המציע

שם	פרטי הכשרה / ניסיון	שנות ניסיון	ייעוד בהתקשרות
ניהול לקוחות (מנהלה / הנה"ח / רכש וכו')			
פלינג (אסטרטגיה)			
			מנהל/ת מחלקה
קריאייטיב			
			מנהל/ת מחלקה
הפקה			
			מנהל/ת מחלקה

תאריך	פרטי החותם מטעם המציע	חתימה וחותמת המציע

עמוד 44

	חתימת המציע (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	--

מכרז מס': 19/24

שירותי פרסום לאוניברסיטה

מערך שיווק ופיתוח עסקי

אוניברסיטת  
בר-אילן  
Bar-Ilan University



שם	פרטי הכשרה / ניסיון	שנות ניסיון	ייעוד בהתקשרות
<b>סטודיו</b>			
			מנהל/ת מחלקה
<b>דיגיטל</b>			
			מנהל/ת מחלקה
<b>סושיאל</b>			
			מנהל/ת מחלקה
<b>תכנון ורכש מדיה (אפשר באמצעות חברת מדיה חיצונית);</b>			
			מנהל/ת מחלקה

\* על המציע לצרף גיליון קורות חיים ותעודות השכלה של מנהלי המחלקות

באפשרות המציע להציג עובדים נוספים, מעבר למקום המוגדר בטבלאות לעיל

תאריך	פרטי החותם מטעם המציע	חתימה וחותמת המציע

עמוד 45

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---


### 5. רשימת מסמכים

יש לצרף את המסמכים הנדרשים בחוצצים נפרדים מטופס ההצעה לפי הסדר שבטבלה שלהלן, ובהתאם לתיאור המלא של המסמכים המופיע במכרז.

מס"ד	המסמך	(סמן) ✓ (אם צורף)
1	<b>עבור יחיד</b> תעודת עוסק מורשה מטעם רשות המיסים, צילום תעודת זהות.	
	<b>עבור תאגיד</b> א. העתק תעודת רישום תאגיד ברשם הנוגע בדבר.	
	ב. תעודת עוסק מורשה מרשות המיסים.	
	ג. פלט עדכני מטעם רשם החברות.	
2	צילום של אישור תקף בדבר ניהול ספרים כדין לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים	
3	צילום של אישור תקף בדבר גובה ניכוי מס במקור	
4	תצהיר בהתאם לסעיף 2-ג לחוק חובת המכרזים – בהתאם לנספח 2-א'	
5	תצהיר בהתאם לסעיף 2ב לחוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו – 1976 - בהתאם לנספח 2-ב' (1), (2)	
6	הצהרה בדבר היעדר ניגוד עניינים – בהתאם לנספח 2-ג' למכרז	
7	מסמכי המכרז (כולל מסמכי הבהרות, חוזה, אישורים ורישיונות, נספחים וכל מסמך אחר הנדרש במכרז במפורש או במשתמע, בצירוף אישור על קריאת המסמכים וקבלתם בהתאם לנספח 2-ד')	
8	תצהיר המציע על הוותק והניסיון שלו ו/או של ספק המשנה כמפורט בנספח 2-ה'	
9	אישור מטעם רו"ח / יועץ מס בדבר מחזור העסקים של המציע כמפורט בנספח 2-ו'	
10	אם עסקו של המציע הינו בשליטת אישה, כמשמעות הדבר בסעיף 2ב לחוק חובת המכרזים, תשנ"ב-1992 – אישור כנדרש בחוק ותצהיר המאשר זאת.	

**לתשומת לב:** על המציע לוודא כי המספר המזהה (מס' ח.פ. או מס' עוסק מורשה) בכל המסמכים המוגשים מטעמו, לרבות תעודת ההתאגדות, אישורי רשויות המס וכיו"ב, יהיה זהה. אם אין התאמה במספר המזהה, על המציע לצרף אישור או הסבר מטעם הרשויות המוסמכות לכך בדבר אי ההתאמה.  
ועדת המכרזים רשאית לדרוש מהמציע מסמכים נוספים או חלופיים על אלה המפורטים לעיל, אם סברה כי הדבר דרוש לה לשם הכרעה במכרז.

מספר מזהה	שם המציע
חתימה	שם המצהיר
תאריך	תפקיד בארגון
עמוד 46	
<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)	

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**נספח 2 א' - תצהיר המציע**  
**תצהיר בהתאם לסעיף 2ג לחוק חובת המכרזים, התשנ"ו – 1992 (תיקון מס' 25 תשע"ו 2016)**

**עסק זעיר, קטן או בינוני**

אני הח"מ \_\_\_\_\_ ת.ז. \_\_\_\_\_ לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר/ה בזה כדלקמן: **[במקרה של יחיד]** הנני נותן/נת תצהיר זה לצורך התקשרות עם אוניברסיטת בר-אילן בהסכם למתן שירותים (להלן: "ההסכם").

**[במקרה של תאגיד]** הנני נותן/נת תצהיר זה בשם \_\_\_\_\_, (להלן – "הגוף"), בו הנני משמש/ת \_\_\_\_\_ [למלא תפקיד], המבקש להתקשר עם האוניברסיטה בהסכם. אני מצהיר כי הנני מוסמך/ת לתת תצהיר זה בשם הגוף.

בתצהירי זה משמעות המונחים "עסק זעיר, קטן או בינוני" כהגדרתם בסעיף מס' 1 "הגדרות" לחוק חובת המכרזים, תשנ"ב-1992. אני מאשר/ת כי הוסברה לי משמעותם של מונחים אלה וכי אני מבין/ה אותם.

הנני מצהיר כי – (יש לסמן X במקום המיועד)

**"עסק זעיר"** – אני מעסיק עד חמישה עובדים או שמחזור העסקאות השנתי שלי אינו עולה על 2 מיליון שקלים חדשים;

**לחילופין**

**"עסק קטן"** – אני מעסיק בין שישה ל-20 עובדים או שמחזור העסקאות השנתי שלי עולה על 2 מיליון שקלים חדשים אך אינו עולה על 20 מיליון שקלים חדשים, ולא מתקיים לגבי אחד התנאים שבהגדרה "עסק זעיר";

**לחילופין**

**"עסק בינוני"** – אני מעסיק בין 21 ל-100 עובדים או שמחזור העסקאות השנתי שלי עולה על 20 מיליון שקלים חדשים אך אינו עולה על 100 מיליון שקלים חדשים, ולא מתקיים לגבי אחד התנאים שבהגדרה "עסק זעיר" או "עסק קטן";

**לחילופין**

**"עסק גדול"** – אני מעסיק מעל 100 עובדים או שמחזור העסקאות השנתי שלי עולה על 100 מיליון שקלים חדשים, ולא מתקיים לגבי אחד התנאים שבהגדרה "עסק זעיר" או "עסק קטן" או "עסק בינוני";

זה שמי, להלן חתימתי ותוכן תצהירי דלעיל אמת.

שם וחתימה

אישור


אני הח"מ, \_\_\_\_\_, עו"ד, מאשר/ת בזה כי ביום: \_\_\_\_\_ הופיעה בפני במשרדי

בכתובת: \_\_\_\_\_ בישוב: \_\_\_\_\_, מר/גב': \_\_\_\_\_

שזיהה/תה עצמו/ה על ידי ת.ז.: \_\_\_\_\_ / המוכר/ת לי באופן אישי, ואחרי שהזהרתי/ה כי עליו/ה להצהיר אמת וכי ת/יהיה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק אם לא ת/יעשה כן, אישר את נכונות הצהרתו וחתם/ה עליה בפני.

<b>תאריך</b>	<b>חותמת ומספר רישיון עורך דין</b>	<b>חתימת עוה"ד</b>

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**נספח 2 ב' (1)**

**תצהיר בהתאם לסעיף 2 לחוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו – 1976**

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

[**במקרה של יחיד**] הנני נותן/נת תצהיר זה לצורך הגשת הצעה למכרז של אוניברסיטת בר-אילן שמספרו 19/24 (להלן: "המכרז").

[**במקרה של תאגיד**] הנני נותן/נת תצהיר זה בשם \_\_\_\_\_, (להלן – "הגוף"), בו הנני משמש/ת \_\_\_\_\_ [למלא תפקיד], המבקש להתקשר במכרז. אני מצהיר כי הנני מוסמך/ת לתת תצהיר זה בשם הגוף.

בתצהירי זה משמעות המונחים "בעל זיקה", "עבירה", "הורשע" ו-"תושב ישראל" כהגדרתם בסעיף 2 לחוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו-1976. אני מאשר/ת כי הוסברה לי משמעותם של מונחים אלה וכי אני מבין/ה אותם.

הגוף הינו "תושב ישראל".

הגוף ו"בעל הזיקה" אליו לא הורשעו בפסק דין חלוט ביותר משתי עבירות אשר נעברו אחרי יום 31 באוקטובר 2002, לפי אחד או יותר מהחוקים הבאים: חוק שכר מינימום, התשמ"ז-1987; חוק עובדים זרים (איסור העסקה שלא כדין והבטחת תנאים הוגנים), תשנ"א-1991.

או

הגוף ו"בעל הזיקה" אליו הורשעו ביותר משתי עבירות אשר נעברו אחרי יום 31 באוקטובר 2002, לפי אחד או יותר מהחוקים הבאים: חוק שכר מינימום, התשמ"ז-1987; חוק עובדים זרים (איסור העסקה שלא כדין והבטחת תנאים הוגנים), תשנ"א-1991 - אך ההרשעה האחרונה לא הייתה בשנה שקדמה למועד האחרון להגשת הצעות במכרז.

זה שמי, להלן חתימתי ותוכן תצהירי דלעיל אמת.

שם וחתימה

**אישור**


אני הח"מ, \_\_\_\_\_, עו"ד מאשר/ת כי ביום \_\_\_\_\_ הופיע/ה בפני במשרדי ברחוב \_\_\_\_\_ בישוב/עיר \_\_\_\_\_ מר/גב' \_\_\_\_\_ שזיהה/תה עצמו/ה על ידי ת.ז. \_\_\_\_\_ / המוכר/ת לי באופן אישי, ואחרי שהזהרתיו/ה כי עליו/ה להצהיר אמת וכי ת/יהיה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק אם לא ת/יעשה כן, אישר את נכונות הצהרתו וחתם/ה עליה בפני.

<b>תאריך</b>	<b>חותמת ומספר רישיון עורך דין</b>	<b>חתימת עוה"ד</b>

עמוד 48

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---



<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**נספח 2 ב' (2)**

**תצהיר לפי סעיף 9ב(1) לחוק עסקאות גופים ציבוריים**

אני הח"מ \_\_\_\_\_ ת.ז. \_\_\_\_\_ לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר/ה בזה כדלקמן: **[במקרה של יחיד]** הנני נותן/נת תצהיר זה לצורך התקשרות עם אוניברסיטת בר-אילן בהסכם למתן שירותים (להלן: "ההסכם").

**[במקרה של תאגיד]** הנני נותן/נת תצהיר זה בשם \_\_\_\_\_, (להלן – "הגוף"), בו הנני משמש/ת \_\_\_\_\_ [למלא תפקיד], המבקש להתקשר עם האוניברסיטה בהסכם. אני מצהיר כי הנני מוסמך/ת לתת תצהיר זה בשם הגוף. הנני מצהיר כי –

(1) הוראות סעיף 9 לחוק שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות, התשנ"ח-1998 (להלן – חוק שוויון זכויות)

אינן חלות עלי (במקרה של יחיד) / אינן חלות על הגוף (במקרה של תאגיד);

**לחילופין**

(2) (א) הוראות סעיף 9 לחוק שוויון זכויות חלות עלי / חלות על הגוף, ואני/הגוף מקיים אותן;

(ב) במקרה שמועסקים 100 עובדים לפחות אצלי/אצל הגוף: אני מצהיר בשמי (במקרה של יחיד) / בשם הגוף (במקרה של תאגיד) על התחייבות לפנות למנהל הכללי של משרד העבודה הרווחה והשירותים החברתיים לשם בחינת יישום חובותיי/חובות הגוף לפי סעיף 9 לחוק שוויון זכויות, ובמידת הצורך – לשם קבלת הנחיות בקשר ליישומן; ואולם לא תינתן הנחיה כאמור שיש בה כדי להטיל נטל כבד מדי כהגדרתו בסעיף 8(ה) לחוק שוויון זכויות;

(ג) ככל שפנה לפי הוראות פסקת משנה (ב) לעיל ונעשתה איתי/עם הגוף התקשרות שלגביה התחייב כאמור באותה פסקת משנה – אני מצהיר בשמי (במקרה של יחיד) / בשם הגוף (במקרה של תאגיד) כי נעשתה פנייה כנדרש ממני/מן הגוף, ואם התקבלו הנחיות ליישום חובותיי/חובות הגוף לפי סעיף 9 לחוק שוויון זכויות, הרי שגם פעלתי/הגוף פעל ליישומן;

(ד) אני מצהיר על התחייבותי/התחייבות הגוף להעביר העתק מהתצהיר שנמסר לפי פסקה זו למנהל הכללי של משרד העבודה הרווחה והשירותים החברתיים, בתוך 30 ימים ממועד ההתקשרות.

זה שמי, להלן חתימתי ותוכן תצהירי דלעיל אמת.


\_\_\_\_\_  
[שם וחתימה]

**אישור**

אני הח"מ, \_\_\_\_\_, עו"ד, מאשר/ת בזה כי ביום \_\_\_\_\_ הופיעה/ה בפניי במשרדי בכתובת \_\_\_\_\_ בישוב \_\_\_\_\_, מר/גב' \_\_\_\_\_ שזיהה/תה עצמו/ה על ידי ת.ז. \_\_\_\_\_ / המוכר/ת לי באופן אישי, ואחרי שהזהרתי/וה כי עליו/ה להצהיר אמת וכי ת/יהיה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק אם לא ת/יעשה כן, אישר את נכונות הצהרתו וחתימה/ עליה בפני.

<b>חתימת עוה"ד</b>	<b>חותמת ומספר רישיון עורך דין</b>	<b>תאריך</b>

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**נספח 2 ג' למכרז – הצהרה על אי ניגוד עניינים במכרז ובהסכם**

**נוסח לתאגיד:**

אני, \_\_\_\_\_, מ.ז. \_\_\_\_\_, מצהיר בזה מטעם הספק ובשמו, כי למיטב ידיעתי הספק, בעלי מניות בו (אם הוא חברה), שותפיו (אם הוא שותפות), בעל שליטה בו, נושא משרה בו, או כל אדם או תאגיד הקשור אליו, במישרין או בעקיפין, לרבות חברה בת, חברה אם, חברה אחות: קשורים / אינם קשורים (נא למחוק את המיותר) בקשר עסקי, קשר משפחתי, קשרי מעסיק-מועסק או בכל קשר אחר, במישרין או בעקיפין, עם האוניברסיטה או עם מי שנותן שירותים לאוניברסיטה, באופן שעלול ליצור ניגוד עניינים בקשר לקיום איזו מהתחייבויות הספק על פי החוזה או על פי דין. הספק יודיע לאוניברסיטה על כל עניין העלול להעמיד אותו במצב של ניגוד עניינים כאמור. במקרה כזה יוכרע הדבר על ידי האוניברסיטה והספק יפעל בהתאם להחלטתה.

**נוסח לאדם פרטי:**

אני, \_\_\_\_\_, מ.ז. \_\_\_\_\_, מצהיר כי אני קשור / איני קשור (נא למחוק את המיותר) בקשר עסקי, משפחתי, קשרי מעסיק-מועסק או בכל קשר אחר, במישרין או בעקיפין, עם האוניברסיטה או עם מי שנותן שירותים לאוניברסיטה, באופן שעלול ליצור ניגוד עניינים בקשר לקיום איזו מהתחייבויותי על פי החוזה או על פי דין.

**פירוט הגופים הנמצאים בקשרים עם האוניברסיטה (במידה וישנם):**

פרטי הגורם בספק / גורם קשור (חב' קשורה / בעל תפקיד וכו')	פרטי הגורם מקבל השירות / הגורם הקשור באוניברסיטה	אופי הקשר (עסקי / אישי וכו')

כמו כן, אני מצהיר ומתחייב שאני לא נמצא ולא אמצא במצב של חשש לניגוד עניינים בין מתן השירות לאוניברסיטה, ובין מתן השירות לגופים אחרים ואודיע לאוניברסיטה על כל עניין העלול להעמיד אותי במצב של ניגוד עניינים כאמור. במקרה כזה יוכרע הדבר על ידי האוניברסיטה והחלטתה תחייב אותי. נכון למועד הצהרה זו הספק נותן שירותים לגופים אחרים העלולים להעמיד במצב של ניגוד עניינים:


שם הלקוח	תיאור השירותים המסופקים	תק' ההתקשרות	
			1.
			2.
			3.

הצהרה והתחייבות זו תהיה תקפה ותחייב את הספק במהלך כל תקופת ההתקשרות עם האוניברסיטה.

**אני מתחייב להודיע לאוניברסיטה על כל שינויי בהצהרתי זו, באופן מיידי**

תאריך	פרטי החותם בשם המציע	חתימה וחותמת המציע

חתימת המציע (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--

<b>מכרז מס': 19/24</b>	<b>אוניברסיטת בר-אילן</b>  Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**נספח 2-ד' אישור על קבלת תנאי המכרז וצרופותיו**


אני, \_\_\_\_\_, החתום מטה מאשר בזה שקראתי את כלל מסמכי המכרז וצרופותיו לרבות: כתב המכרז, הסכם ההתקשרות, מסמכי ההבהרות המצורפים להצעתי והתצהירים הנלווים.

אני מקבל עלי את התנאים המפורטים במסמכים אלה.

<b>תאריך</b>	<b>פרטי החותם בשם המציע</b>	<b>חתימה וחותמת המציע</b>

עמוד 51

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

## נספח 2 ה'

### תצהיר ותק וניסיון המציע

אני הח"מ \_\_\_\_\_ ת.ז. \_\_\_\_\_ לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר/ה בזה כדלקמן: **[במקרה של יחיד]** הנני נותן/נת תצהיר זה לצורך התקשרות עם אוניברסיטת בר-אילן בהסכם למתן שירותים (להלן: "ההסכם").

**[במקרה של תאגיד]** הנני נותן/נת תצהיר זה בשם \_\_\_\_\_, (להלן – "הגוף"), בו הנני משמש/ת כ\_\_\_\_\_ [למלא תפקיד], המבקש להתקשר עם האוניברסיטה בהסכם. אני מצהיר כי הנני מוסמך/ת לתת תצהיר זה בשם הגוף. הנני מצהיר כי –

א ותק המציע\* בתחום השיווק והפרסום עומד על \_\_\_\_\_ שנים.

**\* שיוך הוותק:**

למציע

לבעל מניות במציע

מנהל או שותף במציע

**ב** הניסיון המוצג במסגרת טבלת הניסיון במענה לסעיף 6.3.2 הינו ניסיון של המציע בעצמו.

**ג** הניסיון המוצג במסגרת טבלת הניסיון במענה לסעיף 6.3.3 הינו ניסיון של:

המציע בעצמו  ספק משנה\*

במקרה של ספק משנה יצורפו מסמכי הספק להוכחת עמידתו בתנאי הסף שבסעיף 6.2.

זה שמי, להלן חתימתי ותוכן תצהירי דלעיל אמת.

\_\_\_\_\_  
[שם וחתימה]


### אישור

אני הח"מ, \_\_\_\_\_, עו"ד, מאשר/ת בזה כי ביום \_\_\_\_\_ הופיע/ה בפניי במשרדי בכתובת \_\_\_\_\_ בישוב \_\_\_\_\_, מר/גב' \_\_\_\_\_ שזיהו/תה עצמו/ה על ידי ת.ז. \_\_\_\_\_ / המוכר/ת לי באופן אישי, ואחרי שהזהרתי/וה כי עליו/ה להצהיר אמת וכי ת/יהיה צפוי/ה לעונשים הקבועים בחוק אם לא ת/יעשה כן, אישר את נכונות הצהרתו וחתימה/ עליה בפני.

<b>תאריך</b>	<b>חותמת ומספר רישיון עורך דין</b>	<b>חתימת עוה"ד</b>

עמוד 52

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---

מכרז מס': 19/24	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**נספח 2-ו' – מחזור עסקים של המציע – יוגש על גבי נייר רשמי של רואה החשבון / יועץ**

המס

תאריך: \_\_\_\_\_

לכבוד:  
חברת \_\_\_\_\_

**הנדון: אישור על מחזור כספי לכל אחת מהשנים שנסתיימו ליום 31.12.2021, ליום 31.12.2022 וליום 31.12.2023**

לבקשתכם וכרואי החשבון של חברתכם הרינו לאשר כדלקמן:

- א. הננו משמשים כרואי החשבון של חברתכם משנת \_\_\_\_\_.
- ב. הדוחות הכספיים המבוקרים של חברתכם ליום 31.12.2021, ליום 31.12.2022 וליום 31.12.2023 בוקרו על ידי משרדנו.
- א. חוות הדעת שניתנה לדוחות הכספיים המבוקרים ליום 31.12.2021, ליום 31.12.2022 וליום 31.12.2023.
- אינה כוללת כל הסתייגות ו/או הפניית תשומת הלב או כל סטייה אחרת מהנוסח האחד.
- כוללת הסתייגויות / ביאורים / הערות המצורפים לנספח זה.
- יש לסמן את הבחירה ב - X.**
- ב. בהתאם לדוחות הכספיים האמורים המבוקרים **המחזור הכספי השנתי של חברתכם, הינו:**

שנה	סה"כ מחזור עסקים	בוקר
2021	₪ _____	כ / ל
2022	₪ _____	כ / ל
2023	₪ _____	כ / ל

**הערות:**

- נוסח דיווח זה נקבע על ידי ועדה משותפת של מינהל הרכש הממשלתי ושל לשכת רואי החשבון בישראל – אוגוסט 2009.
- יודפס על נייר לוגו של משרד הרו"ח.
- \* יש למחוק את השנים המיותרות
- במקרה של עצמאי רואה החשבון / יועץ המס לא יתייחס לרכיבי ההצהרה המתייחסים לחברה.


בכבוד רב,

רואה חשבון / יועץ מס

תאריך	שם מלא של החותם בשם המציע	חתימה וחותמת המציע
-------	---------------------------	--------------------

עמוד 53

חתימת המציע (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

### נספח 3 – הסכם

שנערך ונחתם ברמת גן ביום \_\_\_\_\_ בחודש \_\_\_\_\_ שנת \_\_\_\_\_  
 ביום \_\_\_\_\_ בחודש \_\_\_\_\_ שנת \_\_\_\_\_

בין: אוניברסיטת בר-אילן (ע"ר)  
 עמותה מספר: 58-006-368-3  
 רמת גן 5290002  
 (להלן: "האוניברסיטה")

מצד אחד

לבין:

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

(להלן: "הספק")

מצד שני

**הואיל:** והאוניברסיטה פרסמה מכרז מספר 19/24 למתן שירותי פרסום לאוניברסיטה;  
**והואיל:** והצעתו של הספק נבחרה כהצעה הזוכה במכרז;

### לפיכך הוסכם והותנה כדלקמן:


#### 1. מבוא ונספחים

- 1.1 הסכם זה מהווה חלק מתנאי המכרז, ובמקרה של סתירה בין הוראותיו לבין הוראות אחרות במכרז, יחולו אלו המקיימות בצורה המיטבית את תנאי המכרז.
- 1.2 ההסכם יפורש באופן המקיים את דרישות המכרז.
- 1.3 חלוקתו של ההסכם לסעיפים, מתן כותרות הסעיפים וכן סדר הסעיפים, הם לצורכי נוחות בלבד, אין לייחס להם כל כוונה אחרת או להשתמש בהם לצורך פרשנות הסכם זה.
- 1.4 **רשימת נספחים המהווים חלק בלתי נפרד מההסכם:**
  - 1.4.1 המכרז ונספחיו.
  - 1.4.2 מסמכי הבהרות, תיקונים ושינויים שהופצו במהלך פרסום המכרז.

#### 2. השירות

- 2.1 הספק מצהיר כי ברשותו האמצעים וכוח האדם המתאימים לספק את השירותים במקצועיות, בהגנות, ברמה גבוהה, בהתאם לדרישות המפורטות במכרז.
- 2.2 הספק מצהיר כי לא חלה עליו כל מגבלה חוקית ו/או חוזית אחרת המונעת ממנו להתקשר עם האוניברסיטה בהסכם זה או לתת לה את השירותים לפיו.
- 2.3 הספק מתחייב לפעול על פי כל דין, לרבות הוראות חוק הגנת הפרטיות, התשמ"א-1981 (להלן: "חוק הגנת הפרטיות"), התקנות שהותקנו לפיו, הנחיות רשם מאגרי המידע והרשות להגנת הפרטיות וכיוצא בזאת, ולפי הוראות שיתקבלו מעת לעת על ידי אוניברסיטה.

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

3.


**אי קיום יחסי מעסיק-מועסק**

- 3.1** הצדדים מצהירים בזאת כי ידוע ומוסכם עליהם כי התמורה הקבלנית לה יהיה הספק זכאי, נקבעה בהתחשב בעובדה שלא יהיו לאוניברסיטה כל עלויות נוספות בגין קבלת שירותי הספק כך שהתמורה הקבלנית המוסכמת, כאמור בהסכם זה, הינה העלות המלאה, הכוללת והבלעדית שתהיה לאוניברסיטה בגין כל הקשור בקבלת כל השירותים מהספק.
- 3.2** לפיכך, אם ייקבע, על ידי בית הדין לעבודה או גורם מוסמך אחר, בין על פי פניית הספק ובין על פי פניית גורם אחר כלשהו, כי הספק ו/או מי מעובדיו הגיש את שירותיו לאוניברסיטה כ"עובד" למרות האמור בהסכם זה ולמרות הסכמתם המודעת ההפוכה של הצדדים מאז ומתמיד, וכי לכן מגיעים לספק ו/או למי מעובדיו מהאוניברסיטה תנאים ו/או זכויות סוציאליות למיניהם מעבר לעלות לפי הסכם זה - כי אז מסכימים הצדדים כי הספק ו/או עובדיו לא יחשב כעובד "קבוע" של האוניברסיטה וכי השכר שהיה מגיע לו "כעובד" של האוניברסיטה הינו 60% (שישים אחוזים) מן התמורה הקבלנית לה זכאי הספק על פי הסכם זה.
- 3.3** הספק יהיה חייב להשיב לאוניברסיטה, ביום בו תוגש דרישה ו/או תביעה הסותרות הסכם זה, בהן ייטען כי הוא היה או הינו, עובד שכיר של האוניברסיטה את כל התשלומים העודפים שקיבל מהאוניברסיטה מעל לתמורה המוסכמת על פי הסכם זה (להלן: "הסכום העודף").
- 3.4** כל סכום עודף שהספק יהיה חייב בהשבתו כאמור לעיל יישא הפרשי הצמדה למדד המחירים לצרכן הידוע ביום התשלום לספק לעומת מדד המחירים לצרכן הידוע ביום השבת הסכום לאוניברסיטה, ובתוספת ריבית צמודה כמשמעותה בחוק פסיקת ריבית והצמדה תשכ"א-1961.
- 3.5** האוניברסיטה תהיה זכאית לקזז סכומים עודפים כאמור כנגד כל סכום שיגיע לספק על פי הסכם זה, או על פי החלטת בית הדין או הגורם המוסמך, וזאת מבלי לגרוע מזכויות האוניברסיטה לקבל מהספק את יתרת הסכומים המגיעים לה.
- 3.6** לספק לא יהיו כל תביעות ודרישות עם סיום ההתקשרות על פי הסכם זה, בכל הנוגע לתקופת ההתקשרות ולנובע ממנה ובכל הנוגע לטענה בדבר קשרי מעסיק עובד.

4.

**תקופת ההתקשרות**

- 4.1** תקופת ההתקשרות בעקבות מכרז זה הינה לתקופה של **שלוש שנים**.
- 4.2** האוניברסיטה תהיה רשאית להאריך תקופה זו בתקופות נוספות במשך כולל, שלא יעלה על **3 שנים** נוספות (ובסה"כ **6 שנות התקשרות**).
- 4.3** תחילת ההתקשרות: \_\_\_\_\_ סיום ההתקשרות: \_\_\_\_\_.
- 4.4** למרות האמור בסעיפים **4.1** ו-**4.2** לעיל, רשאית האוניברסיטה להפסיק את ההתקשרות לפני תום תקופת ההתקשרות, מכל סיבה שהיא, ובהודעה מראש של **60 יום**. הסכומים המגיעים לספק ישולמו לו עבור עבודתו בפועל ועבור התחייבויות אותן לא ניתן לבטל (לאחר הוכחה) עד למועד הביטול, ומעבר לכך לא תהיה לספק זכות לקבלת פיצוי כלשהו.
- 4.5** במקרה של רצון הספק בסיום ההתקשרות מכל סיבה שהיא, יודיע לאוניברסיטה לפחות – **60 יום** לפני המועד המבוקש לסיום ההתקשרות.

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**5.**

**אחריות**

- 5.1** הספק מצהיר כי במתן השירות יכבד הוראות כל דין.
- 5.2** הספק יישא באחריות לכל נזק שייגרם לאוניברסיטה או לצד שלישי כלשהו עקב מעשה או מחדל, שלו או של מי מעובדיו, שלוחיו, מועסקיו או מי מטעמו, במסגרת פעולתם על פי הסכם זה.
- 5.3** הספק הינו האחראי הבלעדי לביצוע המלא והרצוף של השירות בהתאם לדרישות והגדרות האוניברסיטה, תוך עמידה בסטנדרטים המקצועיים המקובלים והמוגדרים במפרט.
- 5.4** בכל מקרה שהאוניברסיטה תתבע לדין עקב מעשה ו/או מחדל של הספק ו/או מי מעובדיו, שיהא בבחינת הפרת רישיון או היתר, או איזה מתנאיו של אלו, ישפה הספק את האוניברסיטה בגין כל קנס שיוטל עליה ו/או כל הוצאה ו/או כל הפסד ו/או כל נזק שייגרמו לה עקב מעשה או מחדל כאמור של הספק, בתוך 7 (שבעה) ימים ממועד דרישת האוניברסיטה
- 5.5** הספק מתחייב לשפות את האוניברסיטה ו/או מי שפועל מטעמה בגין כל תשלום, לרבות כל פיצוי ו/או כל הוצאה שנגרמו להם עקב תביעה שהוגשה נגד האוניברסיטה, עובדיה, שלוחיה מועסקיה או מי מטעמה ואשר האחריות לגביה חלה על הספק על פי האמור בסעיף 5.2.

**6.**

**נסיבות מכבידות**

מבלי לגרוע בכל דבר אחר האמור בסעיף זה האוניברסיטה תהיה רשאית בכל עת, על פי שיקול דעתה הבלעדי, להביא לביטול מיידי או להקפאה לתקופה מוגבלת או להקטנת היקף ההתקשרות של ההסכם, בשל נסיבות שונות, לרבות מלחמה, מזג אוויר, אסון טבע, אסון לאומי, מגיפה, ו/או בעקבות סגרים ו/או מגבלות הכרזה על מצב חירום מכל סוג וכיוצא באלה, ובמקרה כזה לא תחוייב האוניברסיטה בקיום ההתקשרות, כולה או חלקה לפי החלטתה, ולא תחוייב בפיצוי ו/או בדמי ביטול ו/או בתשלום כלשהו לספק, ולספק לא תעמוד כל טענה ו/או דרישה ו/או תביעה כלפי האוניברסיטה ו/או מי מטעמה, למעט תשלום החלק היחסי בלבד המגיע לו בהתאם לשירות שניתן.



7. ביטוח

מבלי לגרוע מאחריות הספק על פי הסכם זה ו/או על פי דין, מתחייב הספק לערוך ולקיים, למשך כל תקופת ההסכם ולעניין ביטוחים הנערכים על בסיס מועד הגשת התביעה, גם למשך שלוש שנים נוספות לפחות מסיומו (להלן: "**התקופה הנוספת**"), את הביטוחים בהתאם לתנאים ולסכומים כמפורט להלן:

א. ביטוח אחריות כלפי צד ג', בגבול אחריות בסך של 2,000,000 ₪ למקרה ובמצטבר לתקופת ביטוח. הביטוח יכלול את הכיסויים / ההרחבות הבאות:

- מבוטח נוסף בגין מעשי ו/או מחדלי הספק והבאים מטעמו – האוניברסיטה
- הגדרת האוניברסיטה כצד ג'
- אחריות צולבת
- חבות בגין וכלפי קבלנים וקבלני משנה
- כיסוי לתביעות תחלוף של המוסד לביטוח לאומי

ב. ביטוח אחריות מעבידים, בגבול אחריות של 20,000,000 ₪ לעובד, למקרה ובמצטבר לתקופת הביטוח. הביטוח יורחב לכלול את האוניברסיטה כמבוטחת נוספת היה ותיחשב כמעבידם של מי מעובדי הספק.

ג. ביטוח אחריות מקצועית, בגבול אחריות של 6,000,000 ₪ למקרה ובמצטבר לתקופת. הביטוח יכלול את הכיסויים / ההרחבות הבאות:

- אבדן מסמכים
- עיכוב / שיהוי עקב מקרה ביטוח
- מרמה ואי יושר עובדים
- פגיעה בפרטיות
- השמצה ופגיעה במוניטין
- דיבה, השמצה והוצאת לשון הרע במסגרת כיסוי אחריות מקצועית
- הפרת זכויות קניין רוחני
- הרחב שיפוי לטובת האוניברסיטה, בגין אחריותה למעשי ומחדלי הספק והבאים מטעמו
- תקופת גילוי – 6 חודשים

7.2 תאריך רטרואקטיבי – לא יאוחר ממועד תחילת מתן השירותים  
ביטוחי הספק יהיו ראשוניים וקודמים לביטוחי האוניברסיטה ויכללו סעיף לפיו מוותרים המבטחים על כל טענה ו/או דרישה בדבר שיתוף ביטוחי האוניברסיטה.

7.3 ביטוחי הספק יכללו ויתור על זכות תחלוף כלפי האוניברסיטה והבאים מטעמה. ויתור כאמור לא יחול כלפי מי שגרם לנזק בזדון.


7.4 ביטוחי הספק יכללו הוראה לפיה אי קיום תנאי הפוליסות בתום לב לא יגרע מזכויות האוניברסיטה על פי הביטוחים כאמור.

7.5 כל חריג אם קיים בביטוח הספק לעניין רשלנות רבתי, יבוטל. זאת מבלי לגרוע מחובת הזהירות של הספק ו/או מזכויות המבטח על פי הפוליסה ו/או על פי דין.

7.6 ללא צורך בכל דרישה מצד האוניברסיטה, על הספק להמציא לידי האוניברסיטה, לפני תחילת ביצוע ההסכם וכתנאי מוקדם להתקשרות, את אישור עריכת הביטוח, המצורף **נספח 3-ב'** כשהוא חתום בידי מבטחי הספק. מיד בתום תקופת הביטוח, על הספק



- להמציא לידי האוניברסיטה אישור עריכת ביטוח מעודכן בגין חידוש תוקף ביטוחי הספק לתקופת ביטוח נוספת, ומדי תקופת ביטוח, כל עוד הסכם זה בתוקף. מבלי לגרוע מהאמור לעיל, ובכל הנוגע לביטוחים הנערכים על בסיס מועד הגשת התביעה, על הספק להציג אישור ביטוח בגינם גם במשך התקופה הנוספת.
- 7.7** כן על הספק לערוך ולקיים למשך כל תקופת ההסכם, את שאר הביטוחים וההתחייבויות הדרושים ו/או הנדרשים לשם מתן השירותים לרבות, ומבלי לגרוע מכלליות האמור, תשלומים לביטוח לאומי וככל שרלוונטי, ביטוח חובה לכל כלי הרכב המשמשים לצורך מתן השירותים ו/או המובאים על ידי הספק לחצרי האוניברסיטה. כן מתחייב הספק לערוך ביטוח אחריות כלפי צד שלישי רכוש לכל כלי רכב כאמור, בגבולות אחריות שלא יפחתו מסך של 600,000 ₪ למקרה.
- 7.8** מובהר כי גבולות האחריות הנדרשים במסגרת ביטוחי הספק כמפורט באישור עריכת הביטוח הינם בבחינת דרישה מזערית המוטלת על הספק. הספק מצהיר ומאשר כי יהיה מנוע מלהעלות כל טענה כלפי האוניברסיטה ו/או מי מטעם האוניברסיטה בכל הקשור לגבולות האחריות כאמור.
- 7.9** לאוניברסיטה תהא הזכות, אך לא החובה, לבדוק את אישור עריכת הביטוח שיומצא על ידי הספק כאמור לעיל, במפורש לרבות סכומי הביטוח, גבולות האחריות, ההרחבות והסייגים המפורטים בו. המצאת אישור עריכת הביטוח בהתאם להוראות ההסכם הינה תנאי לתחילת ביצוע השירותים ועל הספק לבצע כל שינוי, תיקון, התאמה או הרחבה שיידרשו על מנת להתאים את הביטוחים להתחייבויות הספק על פי הסכם זה.
- 7.10** הספק פוטר את האוניברסיטה ו/או מי מטעם האוניברסיטה מאחריות לכל אובדן ו/או נזק לרכוש המובא לחצרי האוניברסיטה ו/או המשמש לצורך מתן השירותים, וכן בגין כל אובדן תוצאתי שייגרם עקב אובדן ו/או נזק לרכוש כאמור, ולא תהיה לספק כל טענה ו/או דרישה ו/או תביעה כלפי האוניברסיטה ו/או מי מטעם האוניברסיטה בגין אובדן ו/או נזק כאמור. האמור לעיל בדבר פטור מאחריות לא יחול לטובת אדם שגרם לנזק בזדון.
- 7.11** 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 הספק, מתחייב הספק לדאוג כי בידי קבלן המשנה פוליסות ביטוח ההולמות את אופי והיקף ההתקשרות.
- 7.12** מובהר בזאת, כי "מבקש האישור", כהגדרתו באישור עריכת הביטוח, תהא האוניברסיטה ו/או חברות בנות ו/או כל חברה ו/או ישות משפטית קשורה לאוניברסיטה.

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

8.

**התמורה והחזר הוצאות**

- 8.1** הספק ימסור את החשבונית לאוניברסיטה עד ל-5 **בחודש**, בגין חודש העבודה שקדם למועד הדיווח.
- 8.2** הספק יצרף לחשבונית כל אישור ומסמך הנדרשים להוכחת ביצוע הפעילות בפועל. האוניברסיטה תהיה רשאית לדרוש מהספק הוכחות ודיווחים נוספים, ככל שיידרש.
- 8.3** תשלום האוניברסיטה עבור ביצוע הפעילות יהיה **שוטף + 30** ממועד הוצאת החשבונית. עם זאת, נציג המזמינה יהיה רשאי לעכב ו/או למנוע תשלום חשבונית שגויה, או שלגביה ישנם חילוקי דיעות בין האוניברסיטה ובין הספק בהתאם לאמור בסעיף **8.4** להלן.
- מודגש בזה, כי התמורה לספק תינתן עבור שירותים שבוצעו בפועל בלבד. במקרה בו נציג המזמינה לא יאשר חשבונית לתשלום, יורה לספק להוציא חשבונית מתוקנת על הסכום המוסכם, והסכום שבמחלוקת יעבור להליך יישוב מחלוקות כמצוין להלן.

**8.4**

**יישוב מחלוקות בנוגע לחשבונית**

במקרים בהם לא אישר נציג האוניברסיטה חשבונית או חלק ממנה מכל סיבה שהיא, תשלם המזמינה תשלום עבור החלק שאינו עומד במחלוקת בלבד, כנגד חשבונית מתוקנת שתועבר על ידי הספק.

בגין החלק שבמחלוקת יתקיים הליך בירור בין המזמינה ובין הספק, ובמסגרתו יידרש להציג אישורים והוכחות לביצוע הפעילות שבמחלוקת, זאת בפרק זמן שלא יעלה על **10 ימי עסקים** ממועד הוצאת החשבונית לתשלום.

את יתרת התשלום המגיעה לספק (במקרה ויימצא כי אכן מגיע תשלום) תעביר המזמינה כחלק מהחשבונית הבאה, שתוצא על ידי הספק.

לספק לא תהיינה כל דרישות או טענות כלפי האוניברסיטה בגלל עיכובים בתשלום מסיבות של חוסר פרטים בחשבוניות או פרטים לא נכונים או עריכת הבירור, כאמור.

9.

**הצמדות**

- 9.1** התמורה לספק תהיה צמודה למדד המחירים לצרכן.
- 9.2** התמורה לספק תעודכן פעם בשנה, בתחילת כל שנת התקשרות.

10.

**המחאת זכויות**

הספק לא יסב לאחר ו/או לאחרים ו/או לא ימחה בכל צורה שהיא את זכויותיו ו/או חובותיו לפי הסכם זה, כולן או מקצתן, ולא ישתף איש אחר או גוף אחר, עובדיו או שליחיו, בביצוע התחייבויותיו לפי הסכם זה, אלא אם כן קיבל לכך הסכמת האוניברסיטה בכתב ומראש.

11.

**ביטול ההסכם ופקיעתו**

- האוניברסיטה רשאית להביא הסכם זה לכלל סיום במקרים הבאים:
- 11.1** אם לא יקיים הספק, לדעת האוניברסיטה, לפי שיקול דעתה המוחלט והבלעדי – איזו מההתחייבויות שע"פ הסכם זה מכל סיבה שהיא, בין אם התחיל באספקת השירות המבוקש ובין אם טרם החל בכך, ולא יתקן את ההפרה בתוך 15 יום מיום שהותרה על כך על ידי האוניברסיטה.
- 11.2** אם הספק יחזור על הפרה לגביה הותרה על ידי האוניברסיטה בעבר, ללא כל התראה נוספת.

<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
---



- 11.3** הפר הספק את ההסכם הפרה יסודית, תהיה האוניברסיטה רשאית להפסיק את ההתקשרות בהודעה לספק ללא כל התראה מראש ולבטל את ההסכם וזאת מבלי לגרוע מזכות האוניברסיטה לסעד או פיצוי כאמור בהסכם זה או על פי כל דין.
- 11.4** נוכח הספק לדעת כי קיימת אפשרות כי לא יוכל לעמוד בהתחייבויותיו כולן או מקצתן מכל סיבה שהיא, בין אם התחיל באספקת השירות המבוקש ובין אם לאו, יודיע על כך מיד בעל פה ובכתב, לאוניברסיטה. הודיע הספק כאמור, רשאית האוניברסיטה לפי שיקול דעתה להפסיק את ההתקשרות עם הספק או חלק ממנה לאלתר.
- 11.5** כמו כן תהיה האוניברסיטה רשאית בכל עת להפסיק ההתקשרות עם הספק עפ"י הסכם זה לפני תום תקופת ההסכם, אם האוניברסיטה, לפי שיקול דעתה, לא תהיה שבעת רצון מהשירות המסופק ע"י הספק או מטעם סביר אחר, ובלבד שניתנה לספק הודעה של 60 יום מראש.
- 11.6** בכל מקרה של ביטול הסכם זה מתחייב הספק להמשיך באספקת השירות המבוקש אשר הוזמן על ידי האוניברסיטה וזאת עד להשלמת התחייבויותיו עפ"י הזמנות קיימות.
- 11.7** הופסקה ההתקשרות עם הספק, כולה או מקצתה, מכל סיבה שהיא, רשאית האוניברסיטה להתקשר בהסכם למתן השירות עם כל גורם אחר, ולספק לא יהיו כל טענות ו/או תביעות ו/או דרישות בעניין.
- 11.8** מותנה ומוסכם בזה בין הצדדים כי הסכם זה יפקע מאליו מיד עם קרות אירוע אחד או יותר מבין האירועים המפורטים להלן:
- 11.8.1** אם ימונה כונס נכסים זמני או קבוע או מפרק זמני או קבוע לספק ומינויו לא יבוטל בתוך 30 יום.
- 11.8.2** אם יפורק הספק או יכנס להליכי פירוק או אם יפשוט רגל או ימונה נאמן לנכסיו.
- 11.8.3** אם יורשע הספק או מי ממנהליו בעבירה שיש עמה קלון.
- 11.8.4** אם הספק הפסיק לנהל את עסקיו לתקופה רצופה העולה על 30 יום.
- 11.8.5** אם הספק הסב את ההסכם, כולו או מקצתו, לאחר, ו/או העסיק ספק משנה בביצוע העבודה, בלי הסכמת האוניברסיטה מראש ובכתב.
- 11.8.6** כמו כן רשאית האוניברסיטה בכל עת לצמצם השירות או להשעותו או להודיע על בטולו, בשל משבר הקורונה ולפי שיקול דעתה הבלעדי.
- 11.8.7** מותנה ומוסכם בין הצדדים כי במקרים המפורטים בסעיף 11.8 לעיל לא יהיו למקבלי הנכסים של הספק ו/או לכונס שימונה לעסקיו ו/או לנאמן על נכסיו ו/או למפרק של הספק ו/או ליורשיו ו/או לכונס או לנאמן שימונה לעסקיהם ונכסיהם, זכות כלשהי להמשך ההסכם.
- 11.9** עם ביטול ההסכם או עם פקיעתו של ההסכם כדין מכל סיבה שהיא, לא יהיה הספק זכאי לכל פיצוי בגין מוניטין או השקעות שהשקיע עד למועד הביטול.



## 12.

שמירת סודיות וזכויות קנייניות

- 12.1 הבעלות בכל חומר שיוכן על ידי הספק במסגרת מתן השירות על פי הסכם זה, תהיה של האוניברסיטה בלבד (להלן: "חומר השירות").
- 12.2 הספק לא יעשה בחומר אליו ייחשף כל שימוש מעבר למתן השירות עצמו.
- 12.3 במהלך ההסכם, ולאחר סיומו ישמור הספק על סודיות כל מסמך ומידע שיגיע אליו עקב מתן השירותים לאוניברסיטה, ולא ימסור לאחרים שום מידע או חומר אחר הקשור לשירותים הניתנים על ידו/או מי מטעמו לאוניברסיטה, ולא יפגע בדרך כלשהי במוניטין של האוניברסיטה או בקשרי החוץ שלה.
- 12.4 בנוסף יחתום הספק וכן כל מי שיועסק מטעמו במתן השירות על התחייבות לשמירת סודיות, שהעתקה מצ"ב כנספח 2-ב'.
- 12.5 כל זכות קניין רוחני ו/או רעיון עסקי, שלספק תהיה נגיעה אליהם הנובעים מהתקשרות זו בינו לבין האוניברסיטה, בין אם יתגלו ככאלה בתקופת ההסכם ובין אם לאחריו, וכן רשימת הגופים אליהם פנה הספק בהקשר עם הסכם זה, וגורמים עמם היו לו קשרים בהקשר עם הסכם זה יהיו שייכים באופן בלעדי לאוניברסיטה והספק מתחייב לא לעשות בהם שימוש בלא הסכמתה המפורשת של האוניברסיטה בכתב ומראש.
- 12.5.1 בלי לפגוע בכלליות האמור מתחייב הספק לבדוק קיומן של זכויות צדדים שלישיים בחומרים שישתמש בהם, כי לא יפר זכויות יוצרים או זכויות קנייניות או זכויות לפרטיות של צד ג' כלשהו, וכי כל שימוש בחומרים שיוצרו על ידי צדדים שלישיים או שלצדדים שלישיים יש בהם זכויות יהיה בהיתר או ברישיון. בלי לגרוע מכלליות האמור, לצורך ביצוע עבודתו, יבצע הספק שימוש בתוכנות מחשב מורשות בלבד.
- 12.6 הספק מודע לכך כי האוניברסיטה מסתמכת על הצהרתו זו, והוא יהיה אחראי בגין כל דרישה או תביעה שעניינה הצהרה זו, ויפצה ו/או ישפה את האוניברסיטה בגין כל הוצאה שתיגרם לה אם יתברר כי הצהרתו לא הייתה נכונה או כי לא פעל בהתאם להתחייבותו לעיל.
- 12.7 יובהר כי התמורה המשולמת לספק כוללת גם פיצוי בגין המחאת הזכויות של הספק בכל הקניין הרוחני, לרבות בחומרים, בפיתוחים ובהמצאות, שהוא ביצע בעבור האוניברסיטה.
- 12.8 בסיום ההסכם ימסור הספק לאוניברסיטה את כל המסמכים שנמסרו לו על ידה, או שהכין במסגרת ההתקשרות על פי הסכם זה.

## 13.

היעדר ניגוד עניינים

הספק מצהיר ומתחייב כי הוא לא נמצא ולא ימצא במצב של חשש לניגוד עניינים בין מתן השירות לאוניברסיטה ובין מתן השירות לגופים אחרים וכי יוודא שאף עובדיו אינם מצויים בניגוד עניינים הצהרת אי ניגוד העניינים שצרופה להצעת הספק תחייב למשך כל תקופת ההתקשרות

## 14.


דין ושיפוט

על הסכם זה יחול הדין הישראלי, וסמכות השיפוט תהיה לבית המשפט המוסמך בתל אביב.

## 15.

כתובות

15.1 כתובות הצדדים לצורך הסכם זה יהיו כמפורט בכותרת ההסכם.

מכרז מס': 19/24	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

15.2 כל הודעה שתישלח מצד לרעהו לפי הכתובות הנ"ל, בדואר רשום, יראוה כנתקבלה כעבור 48 שעות מעת מסירתה לבית הדואר.

**ולראיה באו הצדדים על החתום:**

\_\_\_\_\_


הספק

\_\_\_\_\_

האוניברסיטה

עמוד 62

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---


<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

**נספח 3-א'  
הסכם שמירת סודיות**

אני הח"מ, \_\_\_\_\_ ת.ז. \_\_\_\_\_ מצהיר ומתחייב בזאת כלפי אוניברסיטת בר-אילן (להלן: "בר-אילן") כדלקמן:

1. "מידע", במסמך זה: כל חומר, מסמך ו/או מידע אחר הנוגע לפעילות האוניברסיטה ו/או חבריה ו/או לקוחותיה ו/או עובדיה ו/או עסקיה אשר אינו נחלת כלל הציבור (למעט אם הפך לכזה בשל מעשה/מחדל של הספק) לרבות, מבלי לגרוע מכלליות האמור לעיל, מידע אודות משאבי האוניברסיטה; מידע בדבר סודות מסחריים ו/או מקצועיים, הזמנות והסכמים מכל סוג ו/או מידע המוגן מכוח חוק הגנת הפרטיות, התשמ"א-1981 (להלן: "החוק" או "חוק הגנת הפרטיות") ו/או בהתאם לכל דין אחר החל או עשוי לחול על האוניברסיטה.
2. ידוע להספק כי לצורך המתן השירותים לאוניברסיטה, תהא לו גישה למידע כהגדרתו לעיל. כמו כן, ידועה וברורה להספק רגישותו המיוחדת של המידע והצורך בשמירה קפדנית על חסיונו ועל הנזק הכבד שעשוי להיגרם עקב חשיפתו על ידי או עשיית שימוש בו על כל המשתמע מכך.
3. הספק מתחייב לשמור בסודיות מוחלטת כל מידע אשר יגיע אליו מתוקף מתן השירותים לאוניברסיטה או בדרך אחרת. הספק מתחייב שלא להחזיק ברשותו ולא לעשות כל שימוש, בכל מידע באשר הוא שלא לצרכי ביצוע מטרת ההתקשרות. הספק מתחייב שלא לגלות מידע כזה או חלקו, במישרין או בעקיפין, לכל אדם או גוף, אלא לצורך ביצוע השירותים לפי ההסכם ובכפוף להסכמת האוניברסיטה.
4. בכלל זה הספק מתחייב לנקוט בכל אמצעי הזהירות הנדרשים לאבטחת המידע, מניעת אובדנו ו/או הגעתו לידי צד ג' כלשהו; להשיבו לאוניברסיטה מיד עם סיום מתן השירותים, בעת השלמת השירות ו/או סיום ההסכם (לפי העניין), ולא להשאיר בידי כל עותק ממסמכים אלה ו/או רישום ו/או תמצית ממנו, בכל פורמט שהוא.
5. הספק מתחייב כי העברת מידע תהא מוגבלת לעובדים אשר להם צורך של ממש בקבלת המידע לצורך ביצוע השירותים בלבד, ובלבד שהובהר לעובדים אלה כי מדובר במידע סודי, והם חתומים כלפי הספק על כתב סודיות בנוסח דומה לכתב סודיות זה.
6. הספק מתחייב לפעול כך שנתונים ומידע אשר יועברו אליו בהתאם להסכם זה, יאובטחו כך שלא תתאפשר גישה, בין באופן אקטיבי ובין באופן פאסיבי, למידע ולנתונים אלו, לאיש מלבד המורשים לכך החתומים על כתב התחייבות לשמירת סודיות כלפי האוניברסיטה.
7. הספק מתחייב להודיע לאוניברסיטה מיד לכשיוודע לו על כל נזק שנגרם למידע של האוניברסיטה לרבות כל דליפה, שינוי או מחיקה של מידע.
8. לא להעתיק ו/או להרשות לאחרים ו/או לגרום לאחר לבצע במידע – שכפול, העתקה, צילום, תדפיס וכל צורת העתקה אחרת שלא למטרת ביצוע עבודתי.
9. על העותקים של המידע יחולו הוראות התחייבות זו וכל האמור לגבי המידע יחול גם על עותקיו.
10. לשמור בהקפדה את המידע שיימסר לרשותי ולמנוע אובדנו ו/או הגעתו לידי אחר.
11. למנוע את הגישה למידע מכל אדם ו/או גוף כלשהו.
12. להחזיר לבר-אילן את כל המידע והעתיקו מכל מין וסוג שהוא, מיד עם סיום השימוש והעיון בו, אם אתבקש לעשות כן.

<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
---

<b>מכרז מס': 19/24</b>	 <b>אוניברסיטת בר-אילן</b> Bar-Ilan University
שירותי פרסום לאוניברסיטה	
מערך שיווק ופיתוח עסקי	

13. הנני מתחייב כי בכל מקרה שיתעוררו בלבי ספקות כלשהן בנוגע לתוכן התחייבויותיי לפי כתב התחייבות זה, וקיומו, אפנה לאוניברסיטה בכתב ואודיע מראש על תכניתי. ידוע לי כי אין בנאמר בפסקה זו לגרוע מכל התחייבות מהתחייבויותיי המנויות בכתב התחייבות זה.
14. בכל מקרה של אובדן מידע כלשהו הנני מתחייב להודיע על כך מיידית לבר-אילן.
15. לא לעשות כל שימוש במידע בין בעצמי ובין באמצעות אחרים ולא להעביר ו/או למסור כל מידע לצד שלישי לכל מטרה ומכל סיבה שהיא.
16. למען הסר ספק, מוצהר ומוסכם כי אין בעצם גילוי המידע על ידי בר-אילן והעברתו אלי כדי להעניק לי כל זכות במידע.
17. התחייבויותיי דלעיל תחולנה עלי אישית וכן על כל תאגיד ו/או גוף שאקים ו/או שאהיה שותף בו, ו/או בעל שליטה בו, בין כבעל מניות, ובין בכל דרך אחרת, בין במישרין ובין בעקיפין, וכן על כל עובד מטעמי שייתן השירות.
18. תוקפה של התחייבות זו אינו מוגבל בזמן.
19. התחייבות זו לא תחול על מידע אשר התקבל מבר-אילן ואשר אוכיח לגביו בכתובים כי
- 19.1 המידע היה ידוע לי לפני קבלת המידע מבר-אילן.
- 19.2 המידע היה ידוע ברבים או שהיה ניתן להשגה על ידי הציבור הרחב לפני יום העברתו אלי.
- 19.3 המידע הפך למידע ציבורי או ניתן להשגה על ידי הציבור לאחר מועד העברת המידע על ידי בר-אילן אלי בלא שהיה הוא אחראי או מעורב בתהליך.
- 19.4 המידע הגיע אלי בדרך חוקית של רכישת זכויות או בכל דרך חוקית שהיא.
20. ידוע ומוסכם כי האוניברסיטה תהא זכאית לפיצוי מהספק בגין כל נזק שייגרם בעקבות הפרה של איזו מהתחייבויותיו לפי כתב התחייבות זה, וזאת מבלי לפגוע בכל סעד אחר המוקנה לה על פי דין ובלבד שהאוניברסיטה הודיעה להספק על התביעה ו/או הדרישה ואפשרה לו להתגונן כנגדה באופן עצמאי.

#### ולראיה באתי על החתום:

חתימה	שם הספק	תאריך

חתימה	שם העובד	תאריך

	<b>חתימת המציע</b> (בתאגיד: על ידי מורשי חתימה של המציע בצירוף חותמת התאגיד)
--	---



**נספח 3-ב' – ימולא על ידי הזוכה בלבד**

**אישור קיום ביטוחים**

**אישור קיום ביטוחים**

תאריך הנפקת האישור ___/___/___	אישור קיום ביטוחים		
אישור ביטוח זה מהווה אסמכתא לכך שלמבוטח פוליסת ביטוח בתוקף, בהתאם למידע המפורט בה. המידע המפורט באישור זה אינו כולל את כל תנאי הפוליסה וחריגיה. יחד עם זאת, במקרה של סתירה בין התנאים שמפורטים באישור זה לבין התנאים הקבועים בפוליסת הביטוח יגבר האמור בפוליסת הביטוח למעט במקרה שבו תנאי באישור זה מיטיב עם מבקש האישור.			
מקדמ מבקש האישור	אופי העסקה והעיסוק המבוטח	המבוטח	גורמים נוספים שייחשבו כמבקש האישור
<input type="checkbox"/> משכיר <input type="checkbox"/> שוכר <input type="checkbox"/> זכיון <input type="checkbox"/> קבלני משנה <input checked="" type="checkbox"/> מזמין שירותים <input type="checkbox"/> מזמין מוצרים <input type="checkbox"/> אחר: _____	אופי העסקה: _____ <input type="checkbox"/> מדל"ן <input checked="" type="checkbox"/> שירותים <input type="checkbox"/> אספקת מוצרים <input type="checkbox"/> אחר: _____  העיסוק המבוטח: _____ שיווק, פרסום ומדיה וכל השירותים הנלווים	שם: _____  ת.ז.פ.נ. _____  מען: _____	שם: <b>אוניברסיטת בר אילן</b>  ת.ז.פ.נ. 580063683  מען: מקס ואנה ווב, רמת גן 5290002

סוג הביטוח	מספר הפוליסה	נוסח ומהדורת הפוליסה	תאריך תחילה	תאריך סיום	גבול האחריות לכלל פעילות המבוטח/ סכום ביטוח		מ ט ב ע	כיסויים נוספים בתוקף וביטול חריגים
					לתקופה	למקרה		
צד ג'					2,000,000	2,000,000	ש	302 אחריות צולבת 307 חבות בגין קבלנים וקבלני משנה 309 ויתור על תחלוף לטובת מבקש האישור 315 כיסוי לתביעות המל"ל 321 מבוטח נוסף בגין מעשי /או מחדלי המבוטח – מבקש האישור 322 מבקש האישור צד ג' 328 ראשוניות
אחריות מעבידים					20,000,000	20,000,000	ש	309 ויתור על תחלוף לטובת מבקש האישור 319 מבוטח נוסף היה ייחשב כמעבידים של מי מעובדי המבוטח – מבקש האישור 328 ראשוניות 350 חבות כלפי קבלנים וקבלני משנה היה ומבקש האישור יחשב כמעבידים
אחריות מקצועית					6,000,000	6,000,000	ש	301 אובדן מסמכים 302 אחריות צולבת (למעט בגין אחריותו המקצועית של מבקש האישור) 303 דיבה, השמצה והוצאת לשון הרע במסגרת כיסוי אחריות מקצועית 304 הרחב שיפוי בגין מעשי ומחדלי/ פעילות המבוטח 325 מרמה ואי יושר עובדים 326 פגיעה בפרטיות 327 עיכוב/שיהוי עקב מקרה ביטוח 328 ראשוניות 332 תקופת גילוי – 6 חודשים

פירוט השירותים (בכפוף לשירותים המפורטים בהסכם בין המבוטח למבקש האישור):  
104 – שירותי שיווק, פרסום ומדיה

ביטול/שינוי הפוליסה  
שינוי או ביטול של פוליסת ביטוח, לא יכנס לתוקף אלא 30 יום לאחר משלוח הודעה למבקש האישור בדבר השינוי או הביטול.

חתימת האישור  
המבוטח: