İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ'NİN FAALİYETLERİNE YÖNELİK HAZIRLANACAK DİJİTAL MEDYA PLANI TEKNİK ŞARTNAMESİ

1. İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ HAKKINDA

İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul Ticaret Odası Eğitim ve Sosyal Hizmetler Vakfı tarafından 2001 yılında kurulmuş olup bünyesinde 6 fakülte (İnsan ve Toplum Bilimleri, İşletme, Hukuk, İletişim, Mühendislik, Mimarlık ve Tasarım), İngilizce Hazırlık Bölümü ve 5 enstitü (Dış Ticaret, Sosyal Bilimler, Fen Bilimleri, İletişim Bilimi ve İnternet ve Finans Enstitüsü) ile araştırma ve uygulama merkezleri yer almaktadır. Üniversitemiz, 73 öğrenci ile başladığı eğitim-öğretim hayatına 9 bin öğrencisi ve 300'e yakın akademisyeni ile devam etmektedir.

Dünyanın kültür başkentlerinden biri olan İstanbul'un önde gelen semtlerinden Sütlüce ve Küçükyalı'da konumlanan yerleşkelerimizde bilimsel ve teknolojik gelişmelere paralel eğitimin yanı sıra kültür ve sanat faaliyetleri ile küresel ölçekte araştırma yapabilme imkânları bir aradadır. 138 yıllık geçmişiyle dünyanın önde gelen odalarından İstanbul Ticaret Odası'nın varlığı, üniversitemizi tercih eden her bir öğrencinin mesleki donanıma sahip, teoriyi ve pratiği hayatın gerçeklerinden kopmadan bütünleştiren evrensel bir eğitim almasında büyük rol oynamaktadır.

Akademik bilgi, birikim ve tecrübenin yanı sıra İstanbul Ticaret Odası'nın kurumsal desteğini de alarak büyüyen üniversitemiz, öğrencilerine sadece uluslararası geçerliliği olan bir diploma değil, aynı zamanda şehrin içindeki kampüs yaşamıyla, iş hayatının network imkânlarıyla ve akademik yönlü tecrübenin buluştuğu eğitim ortamlarında standartları yüksek bir gelecek vaat etmektedir.

2. İŞİN TANIMI

İstanbul Ticaret Üniversitesi'nin tanıtım faaliyetleri kapsamında, hedeflenen faaliyet programları çerçevesinde, Programları Yürütme Makamı sıfatıyla temsil eden İstanbul Ticaret Üniversitesi belirtilen doluluk hedeflerinin ulaşılması, dijital medya planı ve reklamlarının yapılarak kayıt oranlarının arttırılması, marka bilinirliği ve tercih edilebilirliğinin geliştirilmesi işidir.

Yukarıdaki bilgiler dikkate alınarak, Üniversite'nin hedef kitlesine seslenecek ve etkileyecek bir tanıtım çalışması yapılmalıdır.

3. KULLANILAN TERİMLER VE KISALTMALAR:

Bu şartnamenin uygulanmasında;

Üniversite **:** İstanbul Ticaret Üniversitesi
İstekli **:** İhaleye teklif veren tedarikçi / hizmet sunucusu / ajans
Yüklenici **:** Üzerine ihale yapılan ve sözleşme imzalanan istekli

4. TARİH VE YER:

4.1 Söz konusu şartnamedeki işler 14.12.2020 tarihine kadar tamamlanacak ve teklifler **Üniversite'ye** kapalı teklif usulü sunulacaktır.

a) *Tekliflerin sunulacağı yer:* İstanbul Ticaret Üniversitesi Sütlüce Yerleşkesi / Satın Alma Müdürlüğü
b) Örnektepe Mah. İmrahor Cad. No:88/2 Beyoğlu- İstanbul
c) *Son teklif verme tarihi:* 14.12.2020
d) *Son teklif verme saati:* 14:00

4.2 Teklifler, son teklif verme tarih ve saatine kadar yukarıda belirtilen yere elden verilebileceği gibi, iadeli taahhütlü posta, kargo veya kurye vasıtasıyla da gönderilebilir. Postada yaşanabilecek olan olası gecikmelerden **Üniversite** sorumlu tutulamaz.

5. TEKLİF VEREMEYECEK KİMSELER

5.1 Aşağıda yazılı kimseler, doğrudan doğruya veya dolaylı olarak teklif veremezler, teklif vermiş olsalar dahi tespiti halinde teklifleri dikkate alınmaz ve satın alma kararı alınmışsa iptal edilir.

a) Satın almayı yapacak İTO/Üniversite Yönetim Kurulu üyeleri, Meclis üyeleri ve Komite üyeleri, İTO/Üniversite personeli.
b) Satın almayı yapacak İTO/Üniversite'den ayrılan personel ile Yönetim ve Denetim Kurulu üyeliğinden ayrılmış bulunanlar ayrıldıkları tarihten itibaren üç yıl müddetle,
c) Sektörde son 5 yıldır aktif olmayan ve hizmet vermeyen/ veremeyen firmalar,
d) Bu fıkranın (a) ve (b) bentlerinde sayılanların eşleri ile birinci derece kan ve sıhri hısımları,
e) Bu fıkranın (a), (b) ve (c) bentlerinde sayılanların ortak olduğu tüzel kişilikler,
f) Daha önce kendisine iş verildiği halde, usulüne göre sözleşme yapmak istemeyen istekliler ile sözleşme yapıldıktan sonra taahhüdünden vazgeçen ve mücbir sebepler dışında taahhütlerini, sözleşme hükümlerine uygun olarak yerine getirmediği tespit edilen istekliler,
g) Kamu ihalelerine katılmaları muhtelif kanunlarla yasaklanmış olanlar.

5.2 Bu yasaklara rağmen ihaleye katılan istekliler ihale dışı bırakılır. Ayrıca, bunlardan biri üzerine ihale yapılmışsa, ihale iptal edilir.

6. TEKLİF HAZIRLAMA GİDERLERİ

Tekliflerin hazırlanması ve sunulması ile ilgili bütün masraflar isteklilere aittir. İstekli, teklifini hazırlamak için yapmış olduğu hiçbir masrafı Üniversite'den isteyemez.

7. ŞARTNAMEDE DEĞİŞİKLİK YAPILMASI

7.1 Teklif istendikten sonra şartnamede değişiklik yapılmaması esastır. Ancak, tekliflerin hazırlanmasını veya işin gerçekleştirilmesini etkileyebilecek maddi veya teknik hatalar veya eksikliklerin Üniversite tarafından tespit edilmesi veya Üniversite'ye yazılı olarak bildirilmesi halinde, şartnamede değişiklik yapılabilir.

7.2 Şartnamede değişiklik yapılması nedeniyle tekliflerin hazırlanabilmesi için ek süreye ihtiyaç duyulması halinde Üniversite, satın alma tarihini erteleyebilir. Erteleme süresince, yeni teklif istenmesi ya da mevcut tekliflerin revize edilmesi mümkündür.

8. SATIN ALMANIN İPTAL EDİLMESİ

8.1 Üniversite tarafından gerekli görülen veya şartnamede satın almanın yapılmasına engel olan ve düzeltilmesi mümkün bulunmayan hususların tespit edildiği hallerde, satın alma iptal edilebilir. Bu halde verilmiş olan bütün teklifler reddedilmiş sayılır.

8.2 Satın almanın iptal edilmesi nedeniyle isteklilerce Üniversite'den herhangi bir hak talebinde bulunulamaz.

9. TEKLİFLERİN HAZIRLANMASI VE SUNULMASINA İLİŞKİN HUSUSLAR

İstekliler teklifini gösteren fiyatları ve bunların toplam tutarlarını Türk Lirası olarak, ekte sunulan teklif formu doldurulacaktır. Sözleşme konusu işin ödemelerinde de bu para birimi kullanılacaktır. İstenen belge ve ek bilgilere teklif mektubunda yer verilmelidir. Teklif mektubunda, teklif edilen fiyatlar rakam ve yazı ile açıkça yazılmalıdır. Fiyat Teklifi ve işbu şartname, teklif veren şirketin temsil ve ilzama yetkilisi tarafından imzalanmalıdır ve kaşelenmelidir. Bu kapsamda, teklifte;

a) İşbu şartnamenin tamamen okunup kabul edildiğinin belirtilmesi,
b) Teklif edilen bedelin rakam ve yazı ile birbirine uygun olarak açıkça yazılması,
c) Kazıntı, silinti, düzeltme bulunmaması,
d) Türk vatandaşı gerçek kişilerin Türkiye Cumhuriyeti kimlik numarasının, Türkiye'de faaliyet gösteren tüzel kişilerin ise vergi kimlik numarasının belirtilmesi,
e) Teklif mektubunun ad, soyadı veya ticaret unvanı yazılmak suretiyle yetkili kişilerce imzalanmış ve kaşelenmiş olması,

f) Teklif vermeye yetkili olduğunu gösteren; teklif verenin gerçek kişi olması halinde noter tasdikli İmza Beyannamesi, tüzel kişilik adına teklif verilmesi halinde şirketi temsil ve ilzama yetkili olunduğunu gösteren İmza Sirküleri kopyası bulunması,
g) Kesinleşmiş vergi borcunun bulunmadığına dair yazılı beyanının bulunması,
h) Mevzuat gereği kayıtlı olunan Ticaret ve / veya Sanayi odası veya meslek odası belgesi ile vergi levhasının birer örneği.
i) Teklif mektubu, bir zarfa konulduktan sonra zarfın üzerine teklif veren firma veya şahsın ismi, teklif verdiği konu açıkça yazılıp, zarf kapatıldıktan sonra, zarfın kapanan kısmı da teklif veren tarafından imzalanmalıdır.
j) Yapılacak olan teklifler KDV hariç olarak sunulacak ve ayrıca teklif içerisinde KDV'nin hariç olduğu belirtilecektir.
k) Firmanın eğitim sektöründe tecrübesi olduğuna ilişkin daha önce hizmet vermiş olduğu kurumlara ait referanslarını (ilgili kurumda yetkili kişilerin telefon bilgisi ile e- mail bilgisi) Üniversite ile paylaşacaktır.
l) Çalışma dijital alanda olacaktır. Dijital planlama kısmı için firmaların alanında uzmanlığını gösterecek şekilde minimum 5 (beş) yıl sureli Google Partner Sertifikasına sahip olma zorunluluğu bulunmaktadır.
m) Firma Üniversite yetkililerine firma geçmişi ve çalışmaları ile ilgili portföy sunacaktır.
n) Firmanın yönetim kurulu üyeleri ve kurucusu hariç olmak üzere minimum 5 (beş) çalışanı olması gerekmekte olup bu durumu ispatlar nitelikte belgeyi/belgeleri Üniversiteye ibraz etmesi gerekmektedir.
o) Firmanın eğitim sektörü bilgisine sahip olması öncelikli tercih edilebilir. Sektörel bilgisi olmayan firmalar Üniversite'nin ileteceği brief doğrultusunda ön bir araştırma yaparak alternatifli yurtiçi ve yurtdışı hedefli medya planı çalışması yapmalıdır.
p) Kontrol listesi
q) Kamu ihalelerinden yasaklı olmadığını gösterir belge,
r) Ocak 2019 itibari ile firmanın yapmış olduğu işlere ait iş bitirme veya fatura belgesi ibraz edilmesi (50.000 TL tutarına kadar)

10. BÜTÇE, FATURALANDIRMA VE ÖDEME

10.1 Ajansın bu hizmetler için talep ettiği "ajans komisyon bedeli" teklif içinde ayrı bir madde de yüzde olarak ayrıca belirtilmelidir.

10.2 Şartname içinde yer alan tüm hizmetlerin karşılığında Ajans, komisyon bedeli haricinde başkaca herhangi bir ücret talep edemez.

10.3 Ajans, reklam çalışması yapılacak mecralar için ayrıca bir ajans payı (risturn) talep edemez.

10.4 Ödemeler 1 Mart 2021 tarihinde hakkediş ve fatura karşılığı ödenir. Bu dosya Ajans tarafından hazırlanır ve Üniversiteye gönderilir. Üniversitenin onayından sonra Ajans tarafından fatura kesilir. Fatura kesim tarihinden itibaren en geç 45 (kırkbeş) gün içerisinde Üniversite tarafından ödeme yapılır.

10.5 Mutabakat dosyası içerisinde tüm mecralara ait yapılan tüm harcama faturaları yer almalıdır.

10.6 Şartnamede açıkça belirtilen ve İSTEKLİ tarafından kabul edilip imzalanan hizmet kurallarına, İsteklinin uymaması veya hizmet konusunda gecikme yaşanması hali/halleri (mücbir sebepler hariç) cezaya tabi tutulacaktır. Ceza, fatura tutarının %5'i kadardır.

11. İŞE AİT TEKNİK ÖZELLİKLER

11.1 Reklam çalışmaları sırasında rakip analizleri ve rakip anahtar kelimelerinin tamamını içeren ön rapor Ajans tarafından Üniversiteye sunulacaktır.

11.2 Medya planı teklifi onaylanan Ajans, Üniversiteye tüm yönetim hesaplarının kontrol yetkisini vermekle yükümlü olacaktır. Ajans, Google, sosyal medya ve diğer takibi yapılan tüm mecraların reklam yönetim panel bilgileri hususunda Üniversiteyi yetkilendirecektir. Üniversite bu hesapları 2. uzmanlara kontrol ettirebilir ve/veya değişiklik yapabilir.

11.3 Ajans, Google ile yapılacak çalışmalarda Üniversite bölümlerine ait anahtar kelimelerin girişi, metinlerin Üniversite ile istişare ederek oluşturulması ve linklerinin girilmesi gibi çalışmaları bizzat yürütecektir. Hesaplara UTM bağlantısı oluşturulacaktır.

11.4 Sosyal medya reklamları için Instagram, Facebook, Twitter, Likedin ve Youtube kullanılacaktır. Sosyal medyada kullanılan tüm reklam yönetim panel bilgileri Üniversite ile paylaşılacaktır. Üniversiteye farklı bir izleme paneli verilemez.

11.5 Lisansüstü medya çalışmaları 2020-2021 akademik yılı içerisinde Bahar Dönemini kapsayacaktır.

11.6 Hedef Kitle: Lisans mezunu, İstanbul'da yaşayanlar, beyaz yaka, kadın, erkek, 24 yaş üstü, finans alanına ilgi duyanlar, yaptığı işle ilgili kedine bilgi ve donanım katmak isteyenler, gelir düzeyi B, B+ ve A olanlar, yöneticiler, çalışanlar, iş Arayanlar ve çalışmayanlar.

11.7 Lisansüstü dijital reklamlarda Ajans Üniversite adına gerekli hedeflemeleri Üniversite ile istişare ederek yapacaktır.

11.8 Ajans reklamlar için gerekli hedef kitle araştırmasını Google verilerini süzerek Üniversite ile paylaşacaktır. Bu hususta verileri direkt Googledan isteyecektir.

11.9 Ajans, Üniversite adına yaptığı tüm çalışmalarda Üniversitenin onayını almakla yükümlüdür. Onay alınmadan yaptığı tüm iş ve işlemlerden kaynaklı olarak doğacak zarar/ziyan Ajans tarafından karşılanacaktır.

11.10 Ajans, şartnamenin faturalar ve ödeme kısmında yer alan Üniversitenin verdiği bütçeye uygun şekilde planlamasını yapacak ve Üniversitenin hedeflediği öğrenciler bazında ilgili tarihler için Üniversiteyi dijital olarak konumlandıracaktır.

11.11 Üniversite, bu hizmete ilişkin teklif veren ajans/ajansları isterse sunum yapmaları amacı ile Sütlüce Yerleşkesine davet edebilir. Ajans yapacağı sunum için, tecrübesini gösterir şekilde planlamasını yaparak hazırlıklı bir şekilde katılacaktır.

11.12 Ajans, haftalık iş takip ve çalışma raporunu haftanın ilk günü Üniversiteye sunarak düzenlenecek bir toplantı ile mecraların performans değerlendirmesinin yapılmasını sağlayacaktır.

11.13 Aşağıda belirtilen tablodaki toplam teklif tutarı, her şey dahil 30.000 TL'yi geçmeyecektir. Bu tutarlar herhangi bir taahhüt içermez.

11.14 Sözleşme kasım başına kadar geçerli, devam eder. İlgili tarih itibari ile de 1 yıl süre ile kendisini yeniler.

11.15 Aşağıdaki tabloda belirtilen mecraları kullanmama hakkı Üniversiteye aittir.

11.16 Aşağıda belirtilen bütçeler arasında geçiş yapma hakkı üniversitededir.

LİSANSÜSTÜ						
Rapor Türü	**Dijital**					
Mecra	**Reklam Türü**	**Tarih Aralığı**	**Ücret Modeli**	**Tıklama**	**Gösterim**	**Toplam Bütçe**
Google Search	Click	01.01.2021 - 28.02.2021	CPC	18.000	1.000.000	
Google GDN	Click	01.01.2021 - 28.02.2021	CPC			
Google Remarketing	Click	01.01.2021 - 28.02.2021	CPC			
YouTube	Gösterim	01.01.2021 - 28.02.2021	CPC			
Facebook	Trafik	01.01.2021 - 28.02.2021	CPC	11.000	750.000	
Instagram	Trafik	01.01.2021 - 28.02.2021	CPC			
Twitter	Trafik	01.01.2021 - 28.02.2021	CPC			
Ajans Hizmet Payı						₺30.000
Toplam						