İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
KREATİF İLETİŞİM STRATEJİSİ, KAMPANYA KONSEPT TASARIMI VE SAHA UYGULAMA HİZMETLERİ İHALE ŞARTNAMESİ

1. İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ HAKKINDA

İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul Ticaret Odası Eğitim ve Sosyal Hizmetler Vakfı tarafından 2001 yılında kurulmuştur. Üniversite bünyesinde 6 fakülte (İnsan ve Toplum Bilimleri, İşletme, Hukuk, İletişim, Mühendislik, Mimarlık ve Tasarım), 163 Bölüm, Meslek Yüksekokulu, İngilizce Hazırlık Bölümü ile 2 enstitü (Lisansüstü Eğitim Enstitüsü ve Ticaret ve Finans Enstitüsü) ve 15'i aşkın araştırma ve uygulama merkezleri bulunmaktadır.

Yüksek Öğretim Kalite Kurulu (YÖKAK) tarafından 5 yıl süreyle tam akreditasyon alan 6 üniversiteden biri olan Üniversitemiz, eğitim-öğretim hayatına 73 öğrenci ile başlamış; bugün 28 bini aşkın mezunu, 9 bini aşkın öğrencisi ve 350'yi aşkın akademisyeni ile faaliyetlerini sürdürmektedir. Dünyanın en önemli ve en güzel şehirlerinden biri olan İstanbul'un merkezi semtleri Sütlüce, Küçükyalı ve Eminönü'nde konumlanan yerleşkelerimizde; bilimsel ve teknolojik gelişmelerle uyumlu eğitim olanaklarının yanı sıra kültür ve sanat faaliyetleri ile küresel ölçekte araştırma imkânları bir arada sunulmaktadır.

144 yıllık geçmişi ve 800 bini aşkın üyesiyle dünyanın en büyük ve köklü ticaret odalarından biri olan İstanbul Ticaret Odası'nın destek ve himayeleri ile her 10 mezunumuzdan yaklaşık 8'nin aktif iş hayatında olması, üniversitemizi tercih eden öğrencilerin mesleki donanım kazanmasında ve teorik bilgiyi uygulamayla bütünleştiren evrensel bir eğitim almalarında önemli bir rol oynamaktadır. Üniversitemizde İngilizce eğitim verilen bölüm sayısı her geçen gün artmakta olup, tamamı İngilizce eğitim veren 9 bölümün yanı sıra 3 bölümde İngilizce destekli öğretim sürdürülmektedir. Bu sayede öğrencilerimize küresel ölçekte deneyim kazandırmayı hedefleyen bir eğitim modeli uygulanmaktadır.

Uluslararası bir üniversite olma hedefi doğrultusunda imzalanan iş birliği anlaşmaları kapsamında yürütülen Erasmus ve Orhun değişim programları, öğrencilerimize ve akademisyenlerimize uluslararası deneyim kazanma fırsatı sunmaktadır. Başarının ödüllendirildiği, öğrenci odaklı bir şehir üniversitesi olarak; öğrencilerimizin sosyal yaşamdan kopmadan öğrenim görmeleri ve üniversitemizin sağladığı imkânlarla topluma değer katan sosyal sorumluluk projeleri geliştirmeleri teşvik edilmektedir.

Akademik bilgi, birikim ve tecrübenin yanı sıra İstanbul Ticaret Odası'nın kurumsal desteğiyle gelişimini sürdüren üniversitemiz; öğrencilerine yalnızca uluslararası geçerliliğe sahip bir diploma sunmakla kalmayıp, şehir merkezindeki kampüs yaşamı, iş dünyasıyla güçlü ağ bağlantıları ve nitelikli akademik ortamların bir araya geldiği yüksek standartlı bir gelecek vaat etmektedir.

2. İŞİN TANIMI

Bu şartname; Üniversite'nin ana marka kimliğine, hedeflerine, kampanya konseptine, motto ve hedeflerine uygun; ana markamız, alt markalarımız, iç-dış ve paydaş ilişkilerimize yönelik iletişim stratejilerini oluşturmak, bu stratejileri hayata geçirmek, dijital ve geleneksel medya, açık hava uygulama mecralarını ve araçlarını belirlemek, bu mecralara uygun ilgili konsept tasarımlarını ve içerik üretimlerini hazırlamak, prodüksiyon çekimleri ve video içerik üretimlerini yapmak, üretmek ve tanıtım tercih dönemlerinde yerleşkelerimizde ve İstanbul Tercih Fuar'ında gerçekleşecek etkinlik ve programlardaki tüm saha operasyonlarını, mekan ve stant uygulamalarını kapsar.

3. KULLANILAN TERİMLER VE KISALTMALAR:

Bu şartnamenin uygulanmasında;

Üniversite **:** İstanbul Ticaret Üniversitesi

İstekli **:** İhaleye teklif veren tedarikçi / hizmet sunucusu

Yüklenici **:** Üzerine ihale yapılan ve sözleşme imzalanan istekli

4. TARİH VE YER:

4.1 Teklifler **Üniversite'ye** kapalı teklif usulü ile sunulacaktır.

a. **Tekliflerin sunulacağı yer:** İstanbul Ticaret Üniversitesi Sütlüce Yerleşkesi / Satın Alma Müdürlüğü / Örnektepe Mah. İmrahor Cad. No:88/2 Beyoğlu- İstanbul

b. **Son teklif verme tarihi:** 18.05.2026

c. **Son teklif verme saati:** 09.00

d. **İşlerin sonlanma tarihi ve süresi:** Sözleşmenin imzalanmasıyla başlar ve sözleşmenin imzalanma tarihinden itibaren 1 (bir) yıl süreyle devam eder.

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. BÜTÇE, FATURALANDIRMA VE ÖDEME

5.1. Bu şartname ile satın alınacak kreatif iletişim stratejisi, kampanya konsept tasarım ve saha uygulama hizmetlerinin toplam tutarı 6.400.000.-TL (altı milyon dört yüz bin Türk Lirası) + KDV'yi geçmeyecektir.

5.2. Toplam bütçeyi arttırma veya azaltma yetkisi Üniversite'ye aittir.

6. TEKLİF VEREMEYECEK OLANLAR:

5.1. Aşağıda sayılanlar doğrudan veya dolaylı ya da alt yüklenici olarak, kendileri veya başkaları adına hiçbir şekilde teklif veremezler;

a. 4734 ve 4735 sayılı Kanunlarla diğer kanun ve kanun hükmünde kararnameler gereğince geçici veya sürekli olarak kamu ihalelerine katılmaktan yasaklanmış olanlar ile 3713 sayılı Terörle Mücadele Kanunu kapsamına giren suçlardan ve organize suçlardan dolayı hükümlü bulunanlar.

b. İlgili mercilerce hileli iflas ettiğine karar verilenler.

c. İdarenin alım yetkilisi kişileri ile bu yetkiye sahip kurullarda görevli kişiler.

d. İdarenin teklife konu işle ilgili her türlü alım işlemlerini hazırlamak, yürütmek, sonuçlandırmak ve onaylamakla görevli olanlar.

e. (c) ve (d) bentlerinde belirtilen şahısların eşleri ve üçüncü dereceye kadar kan ve ikinci dereceye kadar kayın hısımları ile evlatlıkları ve evlat edinenleri.

f. (c), (d) ve (e) bentlerinde belirtilenlerin ortakları ile şirketleri (bu kişilerin yönetim kurullarında görevli bulunmadıkları veya sermayesinin %10'undan fazlasına sahip olmadıkları anonim şirketler hariç).

g. 4734 sayılı Kanunun 53'üncü maddesinin (b) fıkrasının 8 inci alt bendi gereğince alınacak Bakanlar Kurulu Kararı ile belirlenen yabancı ülkelerin isteklileri.

h. İstanbul Ticaret Üniversitesi Mütevelli Heyeti Üyeleri ve birinci dereceden akrabaları.

i. İstanbul Ticaret Odası meclis ve/veya komite üyeleri, İstanbul Ticaret Odası Sosyal Hizmetler Vakfı mütevelli heyeti üyeleri ve bunların birinci dereceden akrabaları.

5.2. İdare bünyesinde bulunan veya İdare ile ilgili her ne amaçla kurulmuş olursa olsun vakıf, dernek, birlik, sandık gibi kuruluşlarla bu kuruluşların ortak oldukları şirketler bu alıma katılamazlar.

5.3. Ayrıca teklife konu alımla ilgili danışmanlık hizmetlerini yapan Yükleniciler bu işe teklif veremezler. Bu yasak, bunların ortaklık ve yönetim ilişkisi olan şirketleri ile bu şirketlerin sermayesinin yarısından fazlasına sahip oldukları şirketleri için de geçerlidir.

7. TEKLİF HAZIRLAMA GİDERLERİ

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

8. ŞARTNAMEDE DEĞİŞİKLİK YAPILMASI

8.1. 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.

8.2. 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.

9. SATIN ALMANIN İPTAL EDİLMESİ

9.1. 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.

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

10. TEKLİFLERİN HAZIRLANMASI VE SUNULMASINA İLİŞKİN HUSUSLAR

İstekliler teklifini gösteren fiyatları ve bunların toplam tutarlarını Türk Lirası olarak ekte sunulan teklif formunu doldurmak sureti ile vereceklerdir. 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 noter tasdikli 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) Ödemeler her ayın sonunda mutabakat dosyası hazırlanarak yapılır. Bu dosya Ajans tarafından hazırlanır ve Üniversiteye gönderilir. Üniversitenin onayından sonra Ajans tarafından fatura kesilir. Fatura kesim tarihinden itibaren en geç 45 (kırk beş) gün içerisinde Üniversite tarafından ödeme yapılır.

l) Firmanın eğitim sektöründe tecrübesi varsa, daha önce hizmet vermiş olduğu kurumlara ait referanslarını *(ilgili kurumda yetkili kişilerin telefon bilgisi ile e- mail bilgisi)* Üniversite ile paylaşacaktır.

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) Üniversite, bu hizmete ilişkin teklif veren ajans/ajansları ihale oturumu sonrası 3 (üç) iş günü içerisinde sunum yapmaları amacı ile Sütlüce Yerleşkesine davet edecektir. Ajans yapacağı sunum toplantısına bu şartnamede belirtilen ve ek olarak yayımlanan brief dosyasından

istifade ederek kendi vizyonu ve planlamasını yapmış şekilde hazırlıklı gelmek ve sunumunu yapmakla yükümlüdür. İhale sonucu, tüm süreçlerin *(ihale, teklif verme, konkur sunumları gibi aşamalar)* tamamlanması akabinde netleşecek ve ilgililere duyurulacaktır.

p) İstekliler fiyat tekliflerinin ekinde Teknik Şartnamede yer alan tüm maddeleri içeren sunumlarını üniversite için tasarlayacakları iletişim stratejileri kapsamında hazırlayacaklardır.

11. İŞE AİT TEKNİK ÖZELLİKLER VE YÜKLENİCİNİN SORUMLULUKLARI

10.1. Üniversite tarafından sözleşme süresi kapsamında talep edilecek iş ve işlemlere ait tüm detaylara bu şartnamede yer verilmiştir. Burada belirtilmesi unutulmuş veya belirtilmemiş diğer detay, husus ve işler ek listede *(Kreatif İletişim Stratejisi Kampanya Konsept Tasarımı Teklif Dosyası)* belirtilmiştir. Yükleniciler her iki dokümanı dikkate alarak çalışma yapacaktır. Eksik, mükerrer veya açıklamaya muhtaç hususları netleştirmek için Kurumsal İletişim Daire Başkanlığı ile iletişime geçilecektir. *(Her iki dokümanda da belirtilmeyen ama süreç içerisinde ihtiyaç duyulan bazı iş kalemleri olabilir. Bu talepler genel bütçe kapsamında kalmak suretiyle bazı iş kalemlerinin iptal edilmesi veya değiştirilmesi suretiyle temin edilebilir, uygulanabilir, çalışılabilir.)*

10.2. Üniversitenin ana marka kimliğine, hedeflerine, kampanya konseptine, motto ve hedeflerine uygun; ana markamız, alt markalarımız, iç-dış ve paydaş ilişkilerimize yönelik genel iletişim stratejilerini oluşturmak, bu stratejileri hayata geçirmek, uygulama mecralarını ve araçlarını belirlemek, ilgili konsept tasarımları kapsamında tüm dijital, açık hava, görsel, işitsel, yazılı, materyal, promosyon, yayın vb. alanlarda tasarım ve içerik üretim üretimlerini hazırlamak,

10.3. Üniversitenin ana iletişim stratejisi ve hedeflerine uygun tasarlanacak kampanya konseptini alternatifli şekilde geliştirmek; konseptlerin görsel, sözel ve işitsel iletişim dilini oluşturmak; kampanya sloganı, ana mesaj ve alt mesajları alternatifli şekilde geliştirmek; hedef kitle segmentlerine *(veliler, aday öğrenciler, vd.)* uygun yaratıcı fikirler geliştirmek; sektör analizleri ile farklılaştırıcı iletişim stratejileri oluşturmak,

10.4. Üniversite tarafından bildirilecek bazı kreatif içerikleri; kitap, broşür vb. yayınları **TR ve ING** olarak hazırlamak, *(Üniversite, farklı dillerde de çalışma talep edebilir.)*

10.5. Üniversitenin hedef kitle, sektör analizlerini gerçekleştirerek iletişim stratejileri geliştirmek; karşılaştırmalı analiz çalışmaları yapmak, sektör trendlerini takip ederek kampanya değerlendirme raporu hazırlamak,

10.6. Kampanya reklam stratejisine ait iç görünün tespiti, kampanyanın oluşturulması, kampanyaya ait reklam mecralarının tespiti ve tüm reklam mecralarının tasarımlarını/görsellerini hazırlamak,

10.7. Üniversitenin ön lisans, lisans ve lisansüstü bölüm ve programlarının tanıtım kampanyası konsept tasarımları ve uygulamalarını; genel iletişim stratejisi ve kampanya konsepti çerçevesinde Üniversite tarafından bildirilen çalışma takvimine bağlı kalacak şekilde zamanında hazırlamak ve uygulamak,

10.8. Tanıtım ve tercih günleri kapsamında, Üniversitenin ön lisans ve lisans tanıtımlarına yönelik Sütlüce, Küçükyalı ve Eminönü yerleşkeleri ile İstanbul Tercih Fuar'ında gerçekleştirilecek çalışmaları, mekan düzenlemeleri, mevcut fiziki giydirmelerin *(ana giriş kapıları, otopark girişleri, kampüs içi banko ve duvar giydirmeleri, kampüs dışı cam giydirmeleri vb.)* tasarım ve uygulamaları kampanya konseptine uygun olarak, tasarlamak, 3D çizimlerini gerçekleştirmek, mekan düzenlemelerini yapmak ve saha uygulamalarının gerçekleştirmek ve kampanya dönemi sonunda sökümlerini yapmak, *(Uygulama mekanlarına ilişkin keşif randevusu için tanitimpazarlama@ticaret.edu.tr adresine e-posta atılması gerekmektedir)*

10.9. Üniversitenin genel iletişim stratejisi ve kampanya konseptine uygun olarak yıl içindeki özel gün ve haftalar *(Üniversite tarafından liste halinde bildirilecek),* lisans ve lisansüstü tanıtım tercih günleri, 25. yıl lansmanı, mezuniyet töreni, akademik açılış töreni vb. özel etkinliklerin duyuru, afiş, davetiye vb. grafik tasarım tasarımları *(toplamda 20 adet)* ile kısa kreatif video içerikleri *(toplamda 10 adet)* hazırlamak, boyutlandırmak, *(Videolar ek liste (Şartname İş Kalemleri 14. Madde kapsamında hazırlanacak ve oradaki sayıdan düşecek)*

10.10. Dijital medya ve sosyal medya kampanyalarına yönelik kreatif tasarım fikirleri geliştirmek, içerik üretimleri ve kampanya içeriklerini hazırlamak, *(Sosyal medya hesap yönetimi, içerik paylaşımı, yorum yönetimi ve günlük hesap operasyonları kapsam dışındadır ve Üniversite tarafından yürütülecektir.)*

10.11. Tanıtım tercih dönemi kampanyası kapsamında Üniversite tarafından belirlenip bildirilecek ve tanıtım materyalleri ve yayınlarının (kitapçık, broşür, föy, notluk, kalem, promosyon, afiş vb.) kampanya ve iletişim stratejisine uygun şekilde tasarımlarını yapmak ve boyutlandırmak,

10.12. Genel iletişim stratejisi ve tanıtım kampanya dönemleri kapsamında profesyonel ekipman ve kurgu-montaj programları ile masaüstü video içerik üretimi yapmak; bu kapsamda ön lisans, lisans ve lisansüstü *(güz ve bahar)* kampanya dönemlerinde ve yıl içerisinde ki özel gün ve programlarda kullanmak üzere toplamda;

- 50 (elli) adet kreatif reels/short video içerik üretimi *(15 sn – 90 sn);*
- 1 (bir) adet kreatif kampanya tanıtım filmi *(TR ve ING olarak çalışılacak ve TV formatlarına uygun* 3 (üç) *süre versiyonu olacak (15sn, 30sn, 120sn));*
- 3 (üç) adet uzun tanıtım/röportaj videosu üretimi *(2dk – 7dk arasında)* ve
- 2 (iki) adet 2D/3D animasyon/infografik içeriği üretimi *(30sn – 3dk arasında);*

İçerikleri geleneksel medya, sosyal ve dijital mecralar ile toplu taşıma ekranlarında yayımlanacak ölçülere göre uyarlanacak yatay ve dikey formatta çalışılacaktır. *(Adet ve süreler Üniversitenin inisiyatifine göre değişebilir.)*

10.13. Dijital medya planlama ve reklam satın alma hizmeti ile açık hava reklam mecralarının verimli kullanımı adına süreçlere yönelik ilgili Yüklenicilerin çalışmalarının denetimi, kampanya verimlilik analizlerini yapmak ve yönetici raporu hazırlayarak Üniversiteye sunmak,

10.14. İstanbul Tercih Fuarı kapsamında kurulacak stantların (112 metrekare) tasarımı,

üretimi, kurulumu ve sökümünü yapmak, *(Fuar standında led ekran kullanımı olacaktır. Led ekran ölçüsü 4x5, indoor kalitesinde olacaktır. Üniversite ölçü ve adeti değiştirebilir)*

10.15. Reklam Ajansı, hazırlayacağı tüm çalışmaları Üniversite'nin onayına sunacak olup, istenilen yerlerde düzeltme ve değişiklik yapılacaktır. "Reklam görseli, metni, tasarım, grafik, modeller, storyboard ve/veya senaryo" için Üniversite'ye yazılı / elektronik posta yolu ile bildirimde bulunulacak olup Üniversite tarafından da yazılı olarak onay verilecektir.

10.16. İlgili ajans her alanda haftalık ve aylık iş sonu raporu hazırlar. Bu raporlar hem bilgilendirici hem de hak ediş niteliği taşımaktadır. Bu raporlar ilgili birim amiri tarafından onaylandıktan sonra ajans fatura kesebilir.

10.17. Hazırlanan tüm tasarım, yazılı, işitsel, görsel, video, müzik, stok içerik, illüstrasyonlar, çizimler vb. işlerin kaynak/çalışma dosyaları (ai, indd, tiff, psd, pdf, eps, prproj) vb. formatlarda taşınılabilir harddiskler içinde yedeklenerek Üniversiteye teslim edilecektir.

10.18. Üniversitenin kendi ekipleri/birimleri tarafından çekilen/üretilen kaynak materyalleri veya hazırlanmış içerik, video, tasarım, fotoğraf vb. çalışmalar bağlamında masaüstü kurgu-montaj ve revize desteği vermek,

10.19. İşbu şartname konusu hizmetler kapsamında hazırlanan ve üniversiteye teslim edilen bilgi, belge, tasarım ve grafikler de dâhil olmak ve bunlarla sınırlı olmamak üzere tüm materyallerin kullanma, basma, yayma, çoğaltma, kopyalama, dağıtma, işaret, ses veya görüntü nakline yarayan araçlarla umuma iletim, işleme, temsil de dâhil olmak üzere tüm fikri sınai ve mülkiyet hakları münhasıran ve herhangi bir yer, süre, sayı ve içerik ile sınırlı olmaksızın Üniversiteye aittir. İstekli tarafından herhangi bir telif ya da başka nam altında ücret talep edilmeyecektir. İstekli dışarıya yaptırdığı işlerde, bu tür mali hakları, Üniversite'nin kullanımına sunmak üzere işi yapandan tümüyle ve koşulsuz olarak devralmakla yükümlüdür. İstekli iş tesliminden sonra 3. Kişi ve kurumlara ilişkin doğan yükümlükleri için Üniversite'den maddi/ manevi bir talepte bulunamaz.

10.20. İstekli, tüm tasarım çalışmalarında ve kullandığı görsel materyallerde yer verdiği kişi ve kişilere ilişkin, KVKK kanunu uyarınca tüm yükümlüklerini yerini getirdiğini kabul ve beyan eder.

10.21. Alıma ilişkin sorular 17/05/2026 tarihine kadar tanitimpazarlama@ticaret.edu.tr e-posta adresine yazılı olarak iletilecek olup bu tarihten sonra iletilen sorular dikkate alınmayacaktır.

10.22. Yüklenicinin sunacağı hizmetler; Genel kreatif iletişim stratejisi geliştirme, kampanya konsept tasarımı, grafik tasarım hizmetleri, video kurgu ve prodüksiyon çekimleri *(ek teklif dosyası listesinde belirtildi)*, hareketli grafik ve animasyon çalışmaları, dijital ve açık hava kampanya reklam tasarımları, etkinlik ve saha uygulama tasarımları ve uygulamaları, fuar ve stant tasarımları ve kurulumları,

promosyon veya tanıtım materyal tasarımları, içerik üretimi, haftalık ve aylık raporlama hizmetleridir.

10.23. Şartnameye konu olan tüm dijital, fiziki, basılı ve baskısız uygulamaların, iş ve işlem kalemleri/hizmetleri, adet, süre ve diğer detay bilgileri ek listede *(Kreatif İletişim Stratejisi Kampanya Konsept Tasarımı Teklif Dosyası – Şartname iş kalemleri)* belirtilmiştir. Şartname ile ek liste arasında şayet bir uyumsuzluk, mükerrerlik veya eksiklik varsa Üniversite ile iletişime geçilmeli doğru bilgi alınarak hareket edilmelidir.

10.24. Yüklenici; sözleşme kapsamında yürütülen kreatif iletişim stratejisi, kampanya konsept geliştirme aşamalarında (materyal/stant/alan yerleşimi/fuar) vb. tasarım, üretim, saha uygulaması, prodüksiyon ve içerik üretim süreçlerinde oluşabilecek operasyonel aksaklıklara karşı gerekli takip, koordinasyon ve müdahaleyi sağlamakla yükümlüdür. Teknik kriz anında Yüklenici, sorunun çözümüne dair gelişmeleri ilgili ekiplere raporlamak ve çözüm sağlanana kadar kesintisiz destek vermekle sorumludur. Bu süreçteki tüm iletişim ve kriz yönetim stratejisi de Yüklenici tarafından koordine edilecektir.

10.25. Şartnameye konu olan dijital, fiziki, basılı ve baskısız uygulamaların, iş ve işlemlerin taslak teslim ve tasarım tarihleri aşağıdaki gibidir. *(Üniversitenin bildirim ve onayı ile bu tarihlerde değişiklikler yapılabilir.)*

ÖN LİSANS – LİSANS TANITIM DÖNEMİ TASLAK FAALİYET TAKVİMİ 20 Temmuz – 10 Ağustos 2026	
Tercih tanıtım dönemi kampanya konsept tasarımının onaylanması	1-10 Haziran 2026
Dijital içerik, reklam ve diğer tüm materyallerin tasarımlarının tamamlanması	10 Haziran 2026 1 Temmuz 2026
Açık hava reklam mecralarının tasarımlarının tamamlanması	10 Haziran 2026 1 Temmuz 2026
İstanbul Tercih Fuarı stant 3D çizimleri ve tasarımlarının tamamlanması	10 Haziran 2026 1 Temmuz 2026
Basılı tüm materyallerin (stant, promosyon, yayın) vb. tasarımlarının tamamlanması	20 Haziran 2026 10 Temmuz 2026
Video ve sosyal medya içeriklerinin periyodik teslimi	20 Haziran 2026 5 Ağustos 2026
Sosyal ve dijital medya reklamlarının başlatılması	10 Temmuz 2026 9 Ağustos 2026
Açık hava reklam mecraları saha uygulamalarının başlaması (4 hafta)	6 Temmuz 2026 31 Temmuz 2026
Basılı tüm materyallerin teslimi ve saha uygulamalarının tamamlanması	10 Temmuz 2026
Fuar stant kurulumunun tamamlanması ve hazır hale getirilmesi	23 Temmuz 2026
Kampüs içi mekânların *(salonlar, kütüphane, fuaye, bahçe vb.)* alanların konsept dahilinde düzenlemesi/hazırlanması; çadır, stant, backdrop, masa vb.	1-16 Temmuz 2026

uygulamaların/kurulumların yapılması; karşılama, dinlenme alanlarının tasarımı/düzenlenmesi, bina iç ve dış giydirmelerin yapılması,	
Kampüs içi tüm iş, işlem, hazırlık ve uygulamaların tamamlanması	1-16 Temmuz 2026
GÜZ DÖNEMİ LİSANSÜSTÜ TANITIM DÖNEMİ TASLAK FAALİYET TAKVİMİ 1 Temmuz – 29 Ağustos 2026	
Tanıtım ve başvuru dönemi kampanya konsept tasarımının onaylanması	10-15 Haziran 2026
Dijital içerik, reklam ve diğer tüm materyallerin tasarımlarının tamamlanması	10-15 Haziran 2026
Açık hava reklam mecralarının tasarımlarının tamamlanması	10-15 Haziran 2026
Video ve sosyal medya içeriklerinin periyodik teslimi	15 Haziran 2026 1 Eylül 2026
Sosyal ve dijital medya reklamlarının başlatılması	20 Haziran 2026 15 Eylül 2026
Açık hava reklam mecraları saha uygulamalarının başlaması (3 hafta)	27 Haziran 2026 24 Ağustos 2026
BAHAR DÖNEMİ LİSANSÜSTÜ TANITIM DÖNEMİ TASLAK FAALİYET TAKVİMİ 15 Aralık 2026 - 29 Ocak 2027	
Tanıtım ve başvuru dönemi kampanya konsept tasarımının onaylanması	25 Kasım 2026
Dijital içerik, reklam ve diğer tüm materyallerin tasarımlarının tamamlanması	1 Aralık 2026
Açık hava reklam mecralarının tasarımlarının tamamlanması	1 Aralık 2026
Video ve sosyal medya içeriklerinin periyodik teslimi	1 Aralık 2026 25 Ocak 2027
Sosyal ve dijital medya reklamlarının başlatılması	1 Aralık 2026
Açık hava reklam mecraları saha uygulamalarının başlaması (4 hafta)	14 Aralık 2026 11 Ocak 2027