دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ایران

تاریخ :
شماره :
پیوست : دارد

بسمه تعالی

واگذاری کمپین تبلیغات محیطی دستاوردهای نظام

۱ – نام طرف اول :	
۲ – نام نماینده طرف اول : **کد اقتصادی :** **شناسه ملی :**	**۳ – سمت نماینده طرف اول :**
۴ – نام شرکت طرف دوم: **شماره ثبت :** **تاریخ ثبت :** **کد اقتصادی:** **شناسه ملی:**	**۵ –تعیین صلاحیت طرف دوم:** **شماره : تاریخ:** **صادره از:**
۶ – نام نماینده طرف دوم:	**۷– سمت نماینده طرف دوم:**
۸ –مجوز قانونی:	

۹ – موضوع قرارداد :

موضوع قرارداد عبارت است از طراحی، برنامه‌ریزی، تهیه، چاپ، نصب، اکران، نگهداری و جمع‌آوری تبلیغات محیطی مربوط به کمپین مورد تأیید طرف اول در محل‌ها و سازه‌های تبلیغاتی تعیین‌شده، مطابق مشخصات فنی، برنامه زمان‌بندی و طرح‌های مورد تأیید طرف اول.
تبلیغات موضوع قرارداد می‌تواند شامل بیلبورد، استرابورد، عرشه پل، سازه‌های شهری، تابلوهای تبلیغاتی، تبلیغات محیطی در مراکز و فضاهای تعیین‌شده و سایر اقلام تبلیغات محیطی مورد توافق طرفین باشد.

۱۰ – مدت قرارداد :

زمان انجام قرارداد به مدت یک سال شمسی از تاریخ ۰۰/۰۰/۰۰ لغایت ۰۰/۰۰/۰۰ می باشد.

۱۱– مبلغ قرارداد:

مبلغ کل قرارداد مبلغ ..... ریال، به حروف ..... تعیین می‌گردد.

۱۲– نحوه پرداخت:

- مبلغ ..... درصد معادل ..... ریال پس از امضای قرارداد و ارائه مدارک لازم؛
- مبلغ ..... درصد معادل ..... ریال پس از اجرای بخش ..... و تأیید طرف اول؛
- مبلغ ..... درصد معادل ..... ریال پس از پایان کمپین و ارائه گزارش نهایی و تأیید طرف اول.

پرداخت هر مرحله منوط به ارائه اسناد و مدارک مورد نیاز و تأیید انجام تعهدات مربوط به آن مرحله خواهد بود.
پرداخت آخرین صورتحساب طرف دوم منوط به اخذ مفاصا حساب از سازمان تامین اجتماعی و ارائه به طرف اول می باشد.

۱۳– روش اصلاح قرارداد:

طرف اول به استناد ماده ۷۳ آیین نامه مالی و معاملاتی در صورت نیاز و صلاحدید میتواند تاسقف ۲۵٪ موضوع و مبلغ قرارداد را افزایش یا کاهش دهد .

۱۴– تضمین انجام تعهدات:

به منظور تضمین انجام تعهدات، طرف دوم متعهد است به میزان ۱۰ درصد مبلغ کل قرارداد را بصورت ضمانتنامه بانکی معتبر پیش از ابلاغ قرارداد به طرف اول تحویل نماید . بدیهی است چنانچه طرف دوم به تعهدات قانونی خود به هر دلیلی عمل نکند و هر یک از مفاد قرارداد را بطور صحیح و کامل اجرا ننماید، تضمین انجام تعهدات وی به نفع طرف اول ضبط شده و قرارداد فسخ می گردد.

نماینده طرف اول
تایید و محل امضا

مدیریت امور عمومی دانشگاه علوم پزشکی
تایید اسناد مناقصه و مزایده
اداره امور قراردادها

شماره صفحه ۸

قرائت شد مورد قبول است
محل مهر و امضای شرکت

آدرس: تهران بزرگراه شهید مدنی- بین تقاطع شیخ فضل... نوری و شهید چمران- تلفن ۸۶۷۰۱ فکس ۸۸۶۲۲۵۷۷

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ایران

تاریخ :
شماره :
پیوست : دارد

بسمه تعالی

واگذاری کمپین تبلیغات محیطی دستاوردهای نظام

تبصره : طرف دوم یک فقره ضمانت نامه بانکی جهت تضمین حسن انجام تعهدات به شماره ..... مورخ ..... به عهده بانک ..... شعبه ..... کُد ..... به مبلغ .....ریال تسلیم طرف اول نمود که در صورت رعایت کامل مفاد قرارداد بعد از اتمام قرارداد و تایید طرف اول قابل استرداد است.

۱۵- تعهدات طرف اول :

۱-۱۵-طرف اول یک نفر را به عنوان نماینده و ناظر خود جهت همکاری و ایجاد هماهنگی‌های لازم، کتباً به طرف دوم معرفی می نماید که نظر وی در ارزیابی کمی و کیفی عملکرد طرف دوم مورد قبول طرف اول می‌باشد .

۲-۱۵-طرف اول متعهد می گردد محتوای تبلیغاتی، پیام‌ها، طرح‌های گرافیکی و سایر اقلام مورد نیاز را در زمان مناسب در اختیار طرف دوم قرار دهد.

۳-۱۵-طرف اول متعهد می گردد نظرات و تأییدیه‌های لازم در خصوص طرح‌ها و محتوای تبلیغاتی را در چارچوب برنامه زمان‌بندی اعلام نماید.

۴-۱۵- طرف اول متعهد می گردد اطلاعات و دستورالعمل‌های لازم برای اجرای کمپین را در اختیار طرف دوم قرار دهد.

۵-۱۵- طرف اول متعهد می گردد مبالغ قرارداد را مطابق مفاد این قرارداد و پس از انجام و تأیید خدمات مربوطه پرداخت نماید.

۶-۱۵- طرف اول متعهد می گردد در صورت نیاز، هماهنگی‌های لازم در حدود وظایف و اختیارات خود را برای اجرای کمپین انجام دهد.

۱۶- تعهدات طرف دوم:

۱-۱۶-طرف دوم یک نفر را به عنوان ناظر و نماینده تام الاختیار خود جهت همکاری و ایجاد هماهنگی‌های لازم کتباً به طرف اول معرفی می‌نمایند.

۲-۱۶-طرف دوم متعهد می گردد کلیه خدمات موضوع قرارداد را مطابق مشخصات فنی، برنامه زمان‌بندی و دستورالعمل‌های مورد تأیید طرف اول اجرا نماید.

۳-۱۶-طرف دوم متعهد می گردد پیش از چاپ و اکران، طرح‌های نهایی را برای تأیید طرف اول ارائه کند.

۴-۱۶- طرف دوم متعهد می گردد نسبت به تهیه، چاپ، حمل، نصب و جمع‌آوری اقلام تبلیغات محیطی اقدام نماید.

۵-۱۶- طرف دوم متعهد می گردد از محل‌ها و سازه‌های تعیین‌شده بازدید و شرایط اجرایی آن‌ها را بررسی نماید.

۶-۱۶- طرف دوم متعهد می گردد کیفیت چاپ، نصب و اجرای تبلیغات را مطابق استانداردهای مورد توافق تضمین نماید.

۷-۱۶- طرف دوم متعهد می گردد در صورت ایجاد آسیب، پارگی، مخدوش‌شدن یا از بین رفتن تبلیغات در طول مدت اکران، حسب مورد نسبت به اصلاح یا تعویض آن اقدام نماید.

۸-۱۶- طرف دوم متعهد می گردد گزارش مستند اجرای کمپین، شامل تصاویر محل‌های اکران، تاریخ نصب و سایر مستندات مورد درخواست طرف اول را ارائه نماید.

۹-۱۶- طرف دوم متعهد می گردد کلیه قوانین و مقررات لازم‌الاجرا و ضوابط مربوط به تبلیغات محیطی را رعایت نماید.

۱۰-۱۶- طرف دوم متعهد می گردد بدون موافقت کتبی طرف اول، محتوای تبلیغاتی مورد تأیید را تغییر ندهد.

۱۱-۱۶- طرف دوم متعهد می گردد از اطلاعات، اسناد و محتوای دریافتی از طرف اول صرفاً در چارچوب اجرای این قرارداد استفاده نماید.

۱۲- ۱۶ - طرف دوم اعلام می‌نماید که مشمول قانون منع مداخله کارکنان دولت در معاملات دولتی مصوب دی ماه ۱۳۳۷ با اصلاحات بعدی نمی‌باشد. درصورت کشف خلاف این امر علاوه بر مسئولیت قانونی وایجاد حق فسخ برای طرف اول جبران خسارات وارده با تشخیص و تعیین کارشناس منتخب طرف اول به عهده طرف دوم خواهد بود و طرف دوم حق هرگونه اعتراض را نسبت به کیفیت و کمیّت خسارات معین از خود سلب می نماید و طرف اول می تواند خسارات را از هر طریق مقتضی و ممکن وصول نماید.

۱۳- ۱۶ - طرف دوم موظف به رعایت قوانین و مقررات جاری طرف اول، حفظ اسرار و نکات ایمنی می باشد .

نماینده طرف اول
تایید و محل امضا

شماره صفحه ۹۰

قرائت شد مورد قبول است
محل مهر و امضای شرکت

تایید اسناد مناقصه و مزایده
اداره امور قراردادها

آدرس: تهران، نرسیده به میدان شهید مرتضی آوینی، خیابان شهید بهشتی، شماره ۱۰۱ - تلفن ۸۶۷۰۱ فکس ۸۸۶۲۲۵۷۷

بسمه تعالی

واگذاری کمپین تبلیغات محیطی دستاوردهای نظام

۱۴- ۱۶ - طرف دوم متعهد است تعهدات موضوع قرارداد را شخصاً انجام دهد و از واگذاری تعهدات به صورت جزئی و یا کلی به غیر خودداری نماید در صورت واگذاری علاوه بر این که این واگذاری از اعتبار ساقط بوده و ایجاد حق فسخ برای طرف اول می نماید، جبران خسارت وارده با تعیین طرف اول به عهده طرف دوم خواهد بود و طرف اول می تواند خسارت معین را از هر طریق مقتضی وصول کند و طرف دوم حق اعتراض نسبت به اقدامات طرف اول را از خود سلب می کند.

۱۵-۱۶-پرداخت کلیه حقوق و مزایا و حق الزحمه کارکنان مستاجرطبق قوانین کار و تامین اجتماعی به کارگران و افراد موضوع این قرارداد از جمله دستمزد ،کارمزد،اخراج ، سنوات ، بن ، عائله مندی، اضافه کار، عیدی و پاداش و بیمه به عهده مستاجر می باشد و موجر هیچگونه مسئولیتی در این رابطه ندارد.

۱۶-۱۶- طرف دوم مکلف است کلیه بخشنامه ها و دستورالعملهای صادره در خصوص نحوه تبلیغات شهری و قوانین مرتبط با تبلیغات را که از طرف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ،شورای شهر تهران و سایر مراجع ذیصلاح صادر می گردد در ارائه خدمات رعایت نموده و مسئولیت هرگونه تخلف در این خصوص بر عهده طرف دوم خواهد بود.

۱۷-۱۶-اخذ کلیه مجوز های قانونی از ارگانهای ذیربط از قبیل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ،شهرداری و غیره بعهده طرف دوم می باشد.

طرف دوم با علم و اطلاع از کم و کیف موضوع قرارداد مبادرت به امضاء قرارداد نموده و متعهد و ملزم است که ضمن رعایت موازین و شئونات اخلاقی عمل نماید و در صورت تخلف یا عدم رعایت موارد فوق، مسئول و پاسخگو خواهد بود.

۱۸-۱۶- هرگونه تغییر در وضعیت حقوقی طرف دوم در انجام تعهدات موضوع قرارداد، موثر نمی باشد و کلیه تغییرات می بایستی ظرف مدت ۵ روز کتباً به طرف اول اعلام گردد. بدیهی است عواقب و مسئولیت‌های ناشی از عدم رعایت این بند بعهده طرف دوم می باشد.

۱۷- مرجع حل اختلافات:

در صورت بروز هرگونه ابهام و اختلاف در ارتباط با موضوع تفاهم نامه و انجام وظایف محوله به هر نحوی، چنانچه طرفین نتوانند آنرا از طریق مسالمت‌آمیز حل و فصل نمایند در این صورت موضوع اختلاف به کمیسیون ماده ۹۴ آئین نامه مالی و معاملاتی دانشگاه ارجاع می گردد و رای صادره قطعی و نسبت به طرفین لازم‌الاجرا خواهد بود. رای صادره از طریق کمیسیون حضوراً ابلاغ یا به نشانی طرفین که در این تفاهم نامه درج گردیده است به پیوست نامه اداری ارسال و ابلاغ خواهد شد.

۱۸- موارد فسخ قرارداد :

در صورتیکه طرف دوم ، هر یک از تعهدات قراردادی خود را نقض نموده و یا به صورت ناقص انجام دهد ، طرف اول (دانشگاه) حق فسخ قرارداد را خواهد داشت و مراتب فسخ قرارداد را به طرف دوم اعلام خواهد نمود .

تشخیص دانشگاه در تحقق نقض قرارداد یا اجرای ناقص آن قطعی و غیر قابل اعتراض است و در صورت فسخ ، ضمانت سپرده شده ، بدون تشریفات به نفع دانشگاه ضبط خواهد شد به علاوه دانشگاه می تواند کلیه خسارات وارد بر خود را از محل اموال و مطالبات طرف دوم جبران نماید.

۱۹-تعذر(فورس ماژور):

چنانچه به دلایلی خارج از حیطه اختیار طرفین به علت اتفاقاتی مانند جنگ ، زلزله ، سیل ، طغیان های غیر عادی و همچنین آتش سوزی های دامنه دار که ناشی از تقصیر طرف دوم نباشد که در عرف حقوقی به آن فورس ماژور می گویند انجام تمام یا قسمتی از تعهدات و وظایف موضوع قرارداد امکان پذیر نباشد مادام که موانع ذکر شده برطرف نشده باشد عدم انجام تعهدات مزبور تخلف از آن محسوب نمی گردد . و پس از رفع حوادث مذکور برابر الحاقیه ای ، مورد تعهد و مدت زمان جدید ، تعیین و به امضای طرفین می رسد و چنانچه پس از پایان مواعد تعلیق، موانع مرتفع نشود قرارداد منفسخ خواهد شد.شایان ذکر است در مدت فورس ماژور ، هیچ یک از طرفین مسئول جبران خسارت ناشی از تعهد نخواهند بود.

نماینده طرف اول
تایید و محل امضا

شماره صفحه ۹ از ۹

مدیریت امور عمومی دانشگاه علوم پزشکی ایران
تایید اسناد مناقصه و مزایده
واحد اداره امور قراردادها

قرائت شد مورد قبول است
محل مهر و امضای شرکت

بسمه تعالی

واگذاری کمپین تبلیغات محیطی دستاوردهای نظام

۲۰-اقامتگاه قانونی طرفین :

نشانی طرف اول :

شماره تلفن تماس : شماره نمابر : کدپستی:

نشانی طرف دوم:

شماره تلفن ثابت : شماره نمابر : کد پستی:

کلیه مکاتبات، اخطارها و تصمیمات مرتبط با این قرارداد از جمله در مقام رسیدگی به اختلافات احتمالی، به نشانی های فوق ابلاغ خواهد شد. نشانی‌های فوق به منزله اقامتگاه قانونی طرفین می‌باشد لذا مکاتبات رسمی و ارسال مراسلات از طریق نشانی‌های مذکور قانونی تلقی می‌شود. در صورت تغییر نشانی طرفین موظفند ظرف مدت ۴۸ ساعت یکدیگر را کتباً مطلع نمایند. در غیر این صورت کلیه نامه‌ها ابلاغ شده تلقی و عذر عدم اطلاع پذیرفته نمی‌باشد و مسئولیت‌های مالی و قانونی ناشی از عدم اعلام نشانی جدید به طرف اول به عهده طرف دوم است. استفاده طرف دوم از نشانی طرف اول یا دانشگاه علوم پزشکی ایران به عنوان اقامتگاه قانونی ممنوع می باشد.

تبصره: در صورت هرگونه تغییرات اعم از حوزه فعالیت، صاحبان امضای مجاز، امضاء، مهر و سربرگ و...، طرفین موظفند ظرف مدت ۴۸ ساعت یکدیگر را کتباً مطلع نمایند.

۲۱- امضاء طرفین قرارداد

این قرارداد در ۲۱ ماده و ... صفحه، در ۳ نسخه جهت طرف اول، امور مالی طرف اول و طرف دوم‌که همگی دارای اعتبار یکسان می باشند تهیه و تنظیم شده که پس از امضای طرفین قرارداد ، کلیه نسخ حکم واحد را دارد و لازم‌الاجرا خواهد بود.

مهر و امضا طرف اول :	**مهر و امضا امور مالی:**	**مهر و امضا صاحبان امضای مجاز طرف دوم:**
نام و نام خانوادگی:	**نام و نام خانوادگی:**	**نام نماینده۱:**
		سمت:
سمت:	**سمت:**	**محل امضا:**
		نام نماینده۲:
محل امضا:	**محل امضا:**	**سمت:**
		محل امضا:

نماینده طرف اول
تایید و محل امضا

شماره صفحه ۱۱

قرائت شد مورد قبول است
محل مهر و امضای شرکت

معاون امور عمومی دانشگاه علوم پزشکی ایران
تایید اسناد مناقصه و مزایده
امور قراردادها

تاریخ : .....
شماره : .....
پیوست : .....

بسمه تعالی

شرایط اختصاصی

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ایران

۱. مشخصات پروژه

کارفرما: دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ایران

عنوان پروژه: اجرای کمپین تبلیغات محیطی وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی

۲. موضوع مناقصه

موضوع این درخواست پیشنهاد، انتخاب پیمانکار واجد صلاحیت برای برنامه ریزی رسانه، تامین و رزرو رسانه، چاپ، حمل، نصب، نگهداری، پایش، رفع نقص، اندازه گیری و گزارش دهی کمپین تبلیغات محیطی دانشگاه به مدت ۳۰ روز از آبان ماه ۱۴۰۵ لغایت آذر ماه ۱۴۰۵ است. پیمانکار منتخب مسئول هماهنگی یکپارچه تمام اجزای پروژه از تایید برنامه رسانه تا تحویل گزارش نهایی خواهد بود.

۳. هدف پروژه

هدف پروژه، دستیابی به پوشش موثر و قابل سنجش در نقاط مرتبط با مخاطبان کمپین است. پیشنهادها بر اساس تناسب رسانه با هدف و مخاطب، کیفیت، موقعیت ها، قابلیت اجرای قطعی، ظرفیت عملیاتی پیمانکار و ارزش اقتصادی کل بسته ارزیابی می شوند. تعداد سازه یا پایین ترین قیمت به تنهایی ملاک انتخاب نیست.

۴. نحوه ارائه پیشنهاد

هر شرکت کننده باید پیشنهاد خود را به صورت شفاف و کتبی ارائه کند و برای هر رسانه اطلاعات زیر را مشخص نماید:

- نوع رسانه
- تعداد
- ابعاد
- مدت اکران
- تصویر یا نمونه رسانه
- هزینه اجاره
- هزینه چاپ و نصب و نگهداری

شرکت کنندگان می توانند برای افزایش اثر بخشی کمپین، علاوه بر رسانه های اصلی، از رسانه های مکمل و نزدیک به نقاط حضور و تردد مخاطبان نیز استفاده کنند.

پیشنهادهایی که ترکیب مناسب تر و کامل تری از رسانه ها ارائه دهند، در ارزیابی فنی مورد توجه قرار خواهند گرفت.

۵. معیارهای بررسی و انتخاب رسانه

رسانه های پیشنهادی باید از نظر موارد زیر دارای کیفیت مناسب باشند:

- میزان دیده شدن و وضوح مناسب
- کیفیت و سلامت سازه
- ابعاد مناسب برای نمایش پیام
- وضعیت مناسب نورپردازی در صورت نیاز
- قرارگیری در مسیرهای مناسب و دارای تردد محلی

تعداد رسانه به تنهایی معیار انتخاب نخواهد بود و کیفیت و تناسب رسانه ها نیز در بررسی پیشنهادها اهمیت خواهد داشت.

مدیریت امور عمومی دانشگاه علوم پزشکی ایران
تایید اسناد مناقصه و مزایده
اداره امور قراردادها

نماینده کارفرما
تایید و محل امضا

شماره صفحه ۱

قرائت شد مورد قبول است.
محل مهر و امضای شرکت

۶. ترکیب رسانهای

پیمانکار باید تلاش کند یک ترکیب رسانهای مناسب و مکمل ارائه دهد.

استفاده از حداقل دو نوع سازه که بتوانند در کنار یکدیگر باعث افزایش دیدهشدن پیام و تکمیل پوشش کمپین شوند، یک مزیت محسوب می شود.

۷. کیفیت تولید نصب و نگهداری

- پیمانکار پیش از چاپ انبوه باید مشخصات فنی فایل، ابعاد، رزولوشن، مد رنگ و حاشیه امن را کنترل کند.
- نمونه رنگ یا پروف چاپ در موارد اعلامی کارفرما باید پیش از تولید نهایی تایید شود.
- چاپ باید متناسب با نوع سازه، مدت اکران و شرایط محیطی باشد و در طول دوره دچار افت قابل مشاهده نشود.
- نصب باید توسط تیم واجد مهارت و با رعایت الزامات ایمنی، دسترسی و سلامت سازه انجام شود.
- هرگونه آسیب، افتادگی، پارگی، خاموشی یا اختلال نمایش باید در داشبورد ثبت و در مهلت مقرر رفع شود.
- تعویض یا جابه جایی رسانه بدون تایید کتبی کارفرما مجاز نیست.
- ارائه استراتژی پیشنهادی جانمایی و نوع سازه متناسب با محورهای کمپین با موضوعات توسعه زیر ساخت های سلامت، نهضت تکمیل خانه های بهداشت و برنامه ملی پزشکی خانواده و نظام ارجاع

۸. کیفیت اجرا

پیمانکار مسئول اجرای صحیح و باکیفیت کمپین خواهد بود.

موارد زیر باید رعایت شود:

- نصب در زمان توافق شده
- کیفیت مناسب چاپ
- نصب صحیح و ایمن
- سالم بودن تبلیغات در طول دوره اکران
- رفع مشکلات احتمالی در سریعترین زمان ممکن
- اطلاع رسانی فوری در صورت بروز هرگونه مشکل

در صورت خرابی، آسیب یا عدم نمایش تبلیغ، پیمانکار موظف است نسبت به رفع مشکل یا جبران مدت از دسترفته اقدام نماید.

۹. نظارت و گزارش دهی

پیمانکار موظف است در طول اجرای کمپین، وضعیت رسانه ها را بررسی و گزارشهای لازم را به کارفرما ارائه دهد.

گزارشها باید شامل موارد زیر باشد:

تصاویر واقعی از اجرای تبلیغات، وضعیت نصب و نمایش، وضعیت کیفیت چاپ، وضعیت نورپردازی در صورت وجود، اعلام مشکلات احتمالی و اقدامات انجام شده و گزارش پایان کمپین.

تصاویر و گزارشها باید به گونه ای ارائه شوند که امکان بررسی وضعیت اجرای کمپین برای کارفرما وجود داشته باشد.

مدیریت امور عمومی دانشگاه علوم پزشکی ایران
تایید اسناد مناقصه و مزایده
اداره امور قراردادها

نماینده کارفرما
تایید و محل امضا

قرائت شد مورد قبول است.
محل مهر و امضای شرکت

۱۰. شاخصهای اصلی ارزیابی

شاخص ارزیابی	توضیح
اسناد مالکیت رسانه	ارائه مدارک معتبر مالکیت یا اختیار قانونی بهره برداری از رسانه های پیشنهادی
نسبت قیمت به تعداد سازه	تناسب هزینه پیشنهادی با تعداد و کیفیت رسانه های ارائه شده
پوشش جغرافیایی	توزیع مناسب رسانه ها در سطح شهر تهران
پوشش مناطق ۲۲ گانه	توانایی ارائه رسانه در همه مناطق شهر تهران
تنوع رسانهای	ارائه حداقل دو نوع رسانه مکمل و مناسب در کنار یکدیگر
کیفیت و موقعیت رسانه ها	دیده شدن مناسب، موقعیت مناسب، ابعاد و شرایط فنی رسانه
داشبورد مانیتورینگ	ارائه داشبورد برای مشاهده وضعیت اجرای رسانه ها، تصاویر و....
داشبورد پلنینگ	ارائه داشبورد برای برنامه ریزی، مشاهده پراکندگی رسانه ها، تعداد سازه ها و...
کیفیت اجرا	نصب به موقع، کیفیت چاپ، نورپردازی
گزارش دهی	ارائه گزارش های منظم و مستند از وضعیت اجرای کمپین

صرفاً ارائه تعداد بالاتر رسانه ملاک برتری پیشنهاد نخواهد بود و تناسب قیمت، تعداد سازه، کیفیت رسانه و پوشش جغرافیایی در سطح شهر تهران به صورت یکپارچه مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۱۱. جبران عدم نمایش و تاخیر

- مدت عدم نمایش هر رسانه باید به همان میزان و در همان رسانه جبران شود یا رسانه جایگزین هم تراز با تایید کارفرما ارائه شود.
- تاخیر در نصب یا رفع نقص می تواند به کسر هزینه مدت از دست رفته و خسارت مندرج در قرارداد منجر شود.
- رسانه جایگزین باید از نظر موقعیت، ابعاد، کیفیت و دوره نمایشداقل هم تراز رسانه مصوب باشد.
- رسانه تعویض شده یا فاقد تایید کتبی، تا زمان تعیین تکلیف در صورت وضعیت قابل محاسبه نیست.

۱۲. توانایی و سوابق پیمانکار

شرکت کنندگان باید توانایی خود برای اجرای پروژه را اثبات نمایند.

ارائه موارد زیر ضروری است:

- معرفی شرکت
- سوابق مرتبط در حوزه تبلیغات محیطی
- نمونه پروژه های اجراشده
- توانایی تأمین و اجرای رسانه های پیشنهادی
- مدارک و مجوزهای لازم
- ارئه مدرک از مالکیت رسانه

۱۳. پیشنهاد مالی

پیشنهاد مالی باید به صورت شفاف ارائه شود و شامل هزینه های اصلی پروژه باشد:

هزینه رسانه_ هزینه چاپ_ هزینه نصب و اجرا_ تخفیفات پیشنهادی و سایر هزینه ها

هرگونه خدمات اضافه، تخفیف یا مزایای پیشنهادی باید به صورت شفاف در پیشنهاد مالی اعلام شود.

۱۴. مدارک مورد نیاز

مدیریت امور عمومی دانشگاه علوم پزشکی ایران
تایید اسناد مناقصه و مزایده
اداره امور قراردادها

نماینده کارفرما
تایید و محل امضا

قرائت شد مورد قبول است.
محل مهر و امضای شرکت

هر شرکت کننده باید موارد زیر را ارائه کند:

- **پیشنهاد فنی**
- **معرفی شرکت**
- **سوابق و نمونه پروژه ها**
- **توضیح برنامه پیشنهادی**
- **لیست رسانه های پیشنهادی**
- **تصاویر یا مشخصات رسانه ها**
- **زمانبندی اجرای کمپین**
- **روش نظارت و گزارش دهی**

۱۵. پیوست یک فرم فهرست رسانه ها

این فرم برای تمام رسانه های پیشنهادی تکمیل و نسخه Excel آن نیز ارائه شود.

- **ردیف**
- **کد و نوع رسانه**
- **منطقه و نشانی**
- **ابعاد و نور**
- **دوره نمایش**
- **مدرک تامین**

۱۶. جلسه ارائه و دموی فنی

پیشنهاد دهندگان واجد شرایط ممکن است برای جلسه ارائه فنی دعوت شوند. زمان جلسه برای هر شرکت یکسان است و صرفا محتوای ارائه شده در پیشنهاد یا مدارک تکمیلی درخواست شده قابل ارزیابی خواهد بود.

جمع بندی

هدف از این مناقصه، انتخاب پیمانکاری است که بتواند با توجه به بودجه و اهداف دانشگاه، بهترین پیشنهاد رسانه ای را از نظر کیفیت، تنوع، اجرای صحیح و اثربخشی کلی ارائه دهد.

در ارزیابی پیشنهادها، پایین بودن قیمت ملاک نخواهد بود؛ بلکه پراکندگی رسانه ها، تعداد سازه، کیفیت رسانه ها، تناسب ترکیب پیشنهادی، استفاده مناسب از رسانه های مکمل و کیفیت اجرا نیز مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

مدیریت امور عمومی دانشگاه علوم پزشکی ایران
تایید اسناد مناقصه و مزایده
اداره امور قراردادها

نماینده کارفرما
تایید و محل امضا

قرائت شد مورد قبول است.
محل مهر و امضای شرکت