



## T.C. İSTANBUL YENİ YÜZYIL ÜNİVERSİTESİ

### DİJİTAL MEDYA PLANLAMA VE SATINALMA İŞİ TEKNİK ŞARTNAMESİ

#### 1.1. İŞİN TANIMI

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi'nin tanıtım faaliyetleri kapsamında, hedeflenen faaliyet programları çerçevesinde, Programları Yürütme Makamı sıfatıyla temsil eden İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi belirtilen doluluk hedeflerine ulaşılması, 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.

#### 1.2. KULLANILAN TERİMLER VE KISALTMALAR:

Bu şartnamenin uygulanmasında;

|            |                                                            |
|------------|------------------------------------------------------------|
| Üniversite | : İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi                        |
| İstekli    | : İhaleye teklif veren tedarikçi / hizmet sunucusu / ajans |
| Yüklenici  | : Üzerine ihale yapılan ve sözleşme imzalanan istekli      |

#### 1.3. TARİH VE YER :

- 1.3.1. Söz konusu şartnamedeki işler ..... tarihine kadar tamamlanacaktır. Teklifler
- 1.3.2. Üniversite'ye aşağıda belirtilen tarihlere kadar kapalı teklif usulü ile sunulacaktır.
- 1.3.3. Tekliflerin sunulacağı yer: İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Topkapı Dr. Azmi OFLUOĞLU Yerleşkesi/ Satın Alma Müdürlüğü
- 1.3.4. Caddesi, Maltepe, Yılanlı Ayazma Yolu No:26, 34010 Zeytinburnu/İstanbul
- 1.3.5. Son teklif verme tarihi: 01.07.2025 14:00
- 1.3.6. Son teklif verme saati: 01.07.2025 14:00
- 1.3.7. İşlerin teslim tarihi: Sözleşme süresi içerisinde
- 1.3.8. İşin Süresi: Sözleşmenin imzalanmasıyla başlar ve ..... tarihine kadar devam eder.
- 1.3.9.

- 1.4. 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.
- 1.5. İhale, normal şartlarda "ajans komisyon bedeli" üzerinden yapılacak değerlendirmede ekonomik açıdan en avantajlı teklifi veren İsteklinin üzerinde kalır. Ancak bu değerlendirmede oranı aynı birden fazla en ekonomik teklif bulunması durumunda işbu şartnamede yer alan ve İstekli tarafından teklif sunma aşamasında doldurulması talep edilen "Geleneksel ve Dijital Mecra fiyat tablosu"na göre dip toplamda en düşük maliyeti sunan İstekli en ekonomik teklifi vermiş kabul edilecek ve ihale bu isteklinin üzerinde bırakılacaktır. Bununla birlikte, idare; hizmet kalitesi, yaratıcı yaklaşım ve önerilen stratejileri de dikkate alarak, kamu yararı ve işin niteliği

doğrultusunda en avantajlı teklifin belirlenmesinde takdir yetkisini kullanabilir. İhale üzerinde kalan İstekli, “mecra fiyat tablosu'nda yer alan her bir mecrayı teklifinde belirttiği tutarlara bağlı kalarak kullanmayı, ayrıca kendisine sunulan bütçenin elverdiği ölçüde şartnamede düzenlenen mecraların haricinde İdare tarafından talep edilen farklı mecraları da kullanmayı kabul ve taahhüt etmektedir.

#### **1.6. TEKLİF VEREMEYECİKİMSİLER**

- 1.7. 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.
- 1.7.1. Sektörde son 5 yıldır aktif olmayan ve hizmet vermeyen/ veremeyen firmalar,
- 1.7.2. Daha önce en az 2 üniversiteye medya planlama alanında hizmet vermiş olanlar.

#### **1.8. TEKLİF HAZIRLAMA GİDERLERİ**

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

#### **1.9. SATIN ALMANIN İPTAL EDİLMESİ**

- 1.9.1. 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.
- 1.9.2. Satın almanın iptal edilmesi nedeniyle isteklilerce Üniversite'den herhangi bir hak talebinde bulunulamaz.

#### **1.10. TEKLİFLERİN HAZIRLANMASI VE SUNULMASINA İLİŞKİN HUSUSLAR**

İstekliler teklifini gösteren fiyatları ve bunların toplam tutarlarını Türk Lirası olarak, Excel formatında verilecektir. 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 imza 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 adı, 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) 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.
- h) Yapılacak olan teklifler komisyon oranıyla birlikte KDV hariç olarak sunulacak ve ayrıca teklif içerisinde KDV'nin hariç olduğu belirtilecektir.

i) Firma, eğitim sektörü bilgisine sahip olmalıdır. 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.

j) Çalışma dijital ve geleneksel medya alanında olacaktır.

k) Firma Üniversite yetkililerine firma geçmişi ve çalışmaları ile ilgili portföy sunacaktır.

#### **1.11. BÜTÇE, FATURALANDIRMA VE ÖDEME**

- 1.11.1. Ajansın bu hizmetler için talep ettiği “ajans komisyon bedeli” teklif içinde ayrı bir madde de yüzde olarak ayrıca belirtilmelidir.
- 1.11.2. Şartname içinde yer alan tüm hizmetlerin karşılığında Ajans, komisyon bedeli haricinde başkaca herhangi bir ücret talep edemez.
- 1.11.3. Ödemeler her ayın ilk 5 günü içerisinde yapılacak olan hakkeşin sonucunda fatura karşılığı ödenir. Bu hakkeş, Ajans tarafından hazırlanır ve Üniversiteye gönderilir. Üniversitenin onayından sonra Ajans tarafından fatura kesilir. Fatura kesim tarihinden itibaren en geç 15 (on beş) gün içerisinde Üniversite tarafından ödeme yapılır.
- 1.11.4. Mutabakat dosyası içerisinde tüm mecralara ait yapılan tüm harcama faturaları yer almalıdır.
- 1.11.5. Şartnamede açıkça belirtilen ve İSTEKLİ tarafından kabul edilip imzalanan ihale dokümanları ve hizmet sözleşmesi kurallarına, İsteklinin uymaması veya hizmet konusunda gecikme yaşanması hali/halleri (mücbir sebepler hariç) cezaya tabi tutulacaktır. Her aykırılık için 10.000 TL cezai bedel uygulanacaktır.
- 1.11.6. İşbu ihalede ihaleyi alan istekliden ihale bedelinin %3’ü oranında kesin teminat bedelli alınacaktır. Teminat bedeli, işin ihale dokümanı ve sözleşmeye uygun şekilde sorunsuz bir şekilde yapılarak teslim edilmesi şartıyla işin tamamlanmasını müteakip 40 gün sonra iade edilecektir.

#### **1.12. İŞE AİT TEKNİK ÖZELLİKLER**

- 1.12.1. Reklam çalışmaları sırasında rakip analizleri ve rakip anahtar kelimelerinin tamamını içeren ön rapor Ajans tarafından Üniversiteye sunulacaktır.
- 1.12.2. 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 ikinci uzmanlara kontrol ettirebilir ve/veya değişiklik yapabilir.
- 1.12.3. 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.
- 1.12.4. Sosyal medya reklamları için META ve Youtube kullanılacaktır. Sosyal medyada kullanılan tüm reklam yönetim panel bilgileri Üniversite ile paylaşılacaktır. Üniversiteye farklı bir izleme paneli verilemez.
- 1.12.5. Lisans dijital medya çalışmaları 2025 - 2026 öğretim dönemi tercihleri için yapılacaktır.
- 1.12.6. Dijital reklamlarda Ajans Üniversite adına gerekli hedeflemeleri Üniversite ile istişare ederek yapacaktır.
- 1.12.7. Ajans reklamlar için gerekli hedef kitle araştırmasını Google verilerini süzerek Üniversite ile paylaşacaktır. Bu hususta verileri direkt Google’dan isteyecektir.
- 1.12.8. Medya planlama ajansı tüm mecralarda yayınlanacak olan Üniversite reklamlarının yayınlanması, mecra ile iletişime geçilmesi ve reklama ait raporun sunulması hususunda Üniversiteye hizmet verecektir.
- 1.12.9. 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.
- 1.12.10. Üniversite, bu hizmete ilişkin teklif veren ajans/ajansları isterse sunum yapmaları amacı ile İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Topkapı Dr. Azmi OFLUOĞLU Yerleşkesi’ne davet edebilir. Ajans yapacağı sunum için, ve ödeme kısmında yer alan Üniversitenin verdiği bütçeye uygun şekilde planlamasını yapacak ve Üniversitenin hedeflediği öğrenciler bazında ilgili tarihler için

Üniversiteyi dijital medya kullanımı olarak konumlandıracaktır. Tecrübesini gösterir şekilde planlamasını yaparak hazırlıklı bir şekilde katılacaktır.

- 1.12.11. Ajans, haftalık iş takip ve çalışma raporunu haftanın ilk günü Üniversiteye sunarak düzenlenecek bir toplantı ile mecraların performans değerlendirmesinin yapılmasını sağlayacaktır.
- 1.12.12. Aşağıdaki tabloda belirtilen mecraları kullanmama ve mecra ilave etme hakkı Üniversiteye aittir.
- 1.12.13. Dijital medya planlama bütçeleri arasında bütçe dağılım hakkı üniversitededir.
- 1.12.14. Komisyon tekliflerinin yanında Dijital Mecra teklif tablosu, ajansların satın alma etkinliğini değerlendirmek için ek bir gösterge olarak kullanılacaktır. Ajans tabloya ek olarak önerilerde bulunabilir.

#### EK -1 DİJİTAL MECRA TEKLİF TABLOSU(Ayrıca verilmiştir.)

| PROGRAMATİK KATEGORİSİ              |           |              |                   |                 |                              |                   |               |
|-------------------------------------|-----------|--------------|-------------------|-----------------|------------------------------|-------------------|---------------|
| SİTE/NETWORK                        | KATEGORİ  | HEDELEME     | BANNER TİPİ/EBADI | KAMPANYA TRAFİK | PLANLANAN (click/impression) | GÖSTERİM FREKANSI | BİRİM MALİYET |
| Programatik                         | Web+Mobil | Veli+Öğrenci | Standart Banner   | 1.563 lead      | 1.563 lead                   | Rotasyon          |               |
| Programatik                         | Web+Mobil | Veli+Öğrenci | Standart Banner   | 500.000 click   | 500.000 click                | Rotasyon          |               |
| PROGRAMATİK KATEGORİSİ TOPLAM BÜTÇE |           |              |                   |                 |                              |                   |               |

| DISPLAY KATEGORİSİ              |                    |          |                   |                      |                              |                   |               |
|---------------------------------|--------------------|----------|-------------------|----------------------|------------------------------|-------------------|---------------|
| SİTE/NETWORK                    | KATEGORİ           | HEDELEME | BANNER TİPİ/EBADI | KAMPANYA TRAFİK      | PLANLANAN (click/impression) | GÖSTERİM FREKANSI | BİRİM MALİYET |
| Appective                       | Kategori Hedefleme |          | Masthead          | 5.000.000 impression | 5.000.000 impression         | Rotasyon          |               |
| DISPLAY KATEGORİSİ TOPLAM BÜTÇE |                    |          |                   |                      |                              |                   |               |

| GOOGLE KATEGORİSİ              |                 |                      |                   |                 |                              |                   |               |
|--------------------------------|-----------------|----------------------|-------------------|-----------------|------------------------------|-------------------|---------------|
| SİTE/NETWORK                   | KATEGORİ        | HEDELEME             | BANNER TİPİ/EBADI | KAMPANYA TRAFİK | PLANLANAN (click/impression) | GÖSTERİM FREKANSI | BİRİM MALİYET |
| Google                         | Adwords(Search) | Keywords             | Text              | 67.500 click    | 67.500 click                 | Rotasyon          |               |
|                                | GDN             | Remarketing          | Standart Banner   | 20.833 click    | 20.833 click                 | Rotasyon          |               |
| Youtube                        | Trueview        | Demografi+İlgi Alanı | Video             | 705.882 view    | 705.882 view                 | Rotasyon          |               |
| GOOGLE KATEGORİSİ TOPLAM BÜTÇE |                 |                      |                   |                 |                              |                   |               |

| META KATEGORİSİ              |          |              |                   |                 |                              |                   |               |
|------------------------------|----------|--------------|-------------------|-----------------|------------------------------|-------------------|---------------|
| SİTE/NETWORK                 | KATEGORİ | HEDELEME     | BANNER TİPİ/EBADI | KAMPANYA TRAFİK | PLANLANAN (click/impression) | GÖSTERİM FREKANSI | BİRİM MALİYET |
| META                         | LeadAds  | Veli+Öğrenci | DarkPost          | 1.938 lead      | 1.938 lead                   | Rotasyon          |               |
| META                         | Trafik   | Veli+Öğrenci | DarkPost          | 10.870 click    | 10.870 click                 | Rotasyon          |               |
| META KATEGORİSİ TOPLAM BÜTÇE |          |              |                   |                 |                              |                   |               |

- Dijital Mecra Teklif Tablolarında yer alan ajans komisyon oranı, teklif formunda yer verilen ajans komisyon oranı ile tek ve aynı olmak zorundadır.