

7.10.26

תשובות לשאלות הבהרה: מכרז פומבי דו שלבי עם שלב מיון מוקדם מס' 6/2026
לאספקת שירותי פרסום, שיווק ומדיה למכללה האקדמית אחוה

מס'	שם המסמך	סעיף/מראה מקום אחר	נושא/כותרת הסעיף	שאלה/הערה /נוסח מוצע	תשובת המכללה
1	מסמך א' – תנאי המכרז	סעיף 3.2.5, עמ' 5	ניסיון קודם – לקוחות ותקציבי פרסום	נבקש להבהיר האם הדרישה לשני לקוחות שהיקף תקציב הפרסום שלהם עומד על 2 מיליון ₪ או יותר מתייחסת לשני לקוחות בכל אחת מהשנים 2023–2025, או לשני לקוחות לפחות במהלך התקופה כולה.	הכוונה לשני לקוחות במהלך התקופה שהיקף תקציב הפרסום עומד על לפחות שני מיליון ₪ לשנה לפני מע"מ.
2	מסמך א' – תנאי המכרז	סעיף 3.2.7, עמ' 5; נספח ג', עמ' 35–38	ניסיון קודם – לקוח אקדמי/ציבורי	בסעיף 3.2.7 נכתב כי המציע סיפק שירותי פרסום במהלך כל אחת מהשנים 2023–2025 ללקוח אחד לפחות מתחום האקדמיה/ארגון ציבורי, בתקציב שנתי העולה על 2 מיליון ₪ לפי יפעת. נבקש להבהיר האם נדרש לקוח כאמור בכל אחת משלוש השנים, והאם יכול להיות מדובר בלקוחות שונים בכל שנה. כמו כן, נבקש ליישב דרישה זו עם נוסח הצהרת המציע בנספח ג'.	תנאי הסף מדבר על <u>לקוח אחד</u> לפחות מתחום האקדמיה/ארגון ציבורי מהתחום בתקציב שנתי העולה על 2 מ"ש" שהיתה איתו התקשרות רציפה של 3 שנים לפחות בטווח השנים שצוין.
3	מסמך א' – תנאי המכרז	סעיפים 3.2.9 ו-4, עמ' 5–6	ניגוד עניינים ומתחרה ישיר	נבקש להבהיר מהם הקריטריונים להגדרת 'מתחרה ישיר' של המכללה ולפרט, ככל שניתן, אילו מוסדות/גופים נכללים בהגדרה זו. כמו כן,	לא יוגדרו קריטריונים. שוק ההשכלה הגבוהה הוא דינמי. והמכללה רואה מתחרה ישיר

				נבקש להבהיר האם עבודה קיימת של המציע עם מוסד להשכלה גבוהה שאינו מוגדר על ידי המכללה כמתחרה ישיר מותרת במהלך תקופת ההתקשרות.	במגוון גופי השכלה גבוהה. תתכן התייחסות למרחב הגיאוגרפי, תחומי הלימוד, מסלולים וכד'. כל גוף יבדק לגופו, בכל מקרה של עבודה עם מתחרה יידרשו גילוי נאות ואישור מראש בכתב.
4	מסמך א' – תנאי המכרז	סעיף 7.8 וסעיף 10.3, עמ' 7 ו-9	אופן הגשת תיק העבודות	בסעיף 7.8 נדרש לצרף דיסק און קי עם תיק העבודות למעטפת ההגשה, ואילו בסעיף 10.3 קיימת גם הפניה להעברת פרופיל החברה ותיק העבודות בדוא"ל. נבקש להבהיר האם יש להעביר את תיק העבודות גם בדוא"ל וגם על גבי דיסק און קי, ומהו המועד האחרון להעברה בדוא"ל.	סעיף 7.8 יתוקן, אין צורך להעביר דיסק או קי, החומר יוגש במייל. יש לעקוב אחרי ההנחיות בסעיף 10.3
5	מסמך א' – תנאי המכרז	סעיף 8.1.13, עמ' 8 ; סעיף 13.2, עמ' 12	אישור עריכת ביטוח	בסעיף 8.1.13 נדרש לצרף אישור על עריכת ביטוח להצעה, בעוד שבסעיף 13.2 נכתב כי הזוכה ימציא את האישור במועד חתימת מסמכי ההתקשרות. נבקש להבהיר האם בשלב הגשת ההצעה נדרש לצרף אישור ביטוח חתום על ידי המבטח, או שמספיק לצרף את נוסח נספח י' חתום על ידי המציע והאישור החתום יידרש מהזוכה בלבד.	בעת הגשת ההצעה מספיק לצרף אישור עריכת ביטוח חתום על ידי המציע. הספק הזוכה יציג עם זכייתו אישור עריכת ביטוח חתום על ידי המבטח.
6	מסמך א' – תנאי המכרז	סעיף 10.3, עמ' 9	ממליצים	נבקש להבהיר כמה ממליצים יש לצרף/לציין, והאם הממליצים חייבים להיות מטעם הלקוחות שעבורם בוצעו שלושת הקמפיינים המוצגים בתיק העבודות.	מבקשים לצרף 3 ממליצים שאחד מהם לפחות מקושר לקמפיין שהוגש במסגרת תיק העבודות

7	מסמך א' – תנאי המכרז	סעיף 10.3, עמ' 9	פורמט והיקף תיק העבודות	נבקש להבהיר האם קיימת מגבלת עמודים/שקפים, נפח קובץ או פורמט נדרש לפרופיל החברה ולתיק העבודות.	אין מגבלה
8	מסמך א' – תנאי המכרז	סעיף 10.3, עמ' 9	פעילות ניהול ורכש מדיה In-house	במסגרת המיון המוקדם ניתן ניקוד בגין פעילות ניהול ורכש מדיה המתבצעת In-house. נבקש להבהיר אילו רכיבי פעילות חייבים להתבצע בתוך משרד המציע לצורך קבלת הניקוד, והאם שימוש בספקי משנה/ספקי מדיה חיצוניים בחלק מפעילות הרכש משפיע על הניקוד.	הדגש הוא על ניהול ורכש המדיה הדיגיטלית
9	מסמך א' – תנאי המכרז	סעיף 10.4, עמ' 10	פרזנטציה – משתתפים	נבקש להבהיר מי מאנשי הצוות נדרש להשתתף בפרזנטציה, ובפרט האם קיימת חובת נוכחות של מנהל הדיגיטל, מנהל/ת תיק הלקוחות, איש/ת אסטרטגיה ו/או קריאייטיב.	לשיקול המציעים, למכללה חשוב לראות את נציג הבעלים, מנהל תיק הלקוחות שיעבוד ומנהל הדיגיטל שיעבדו מול המכללה.
10	מסמך א' – תנאי המכרז	סעיף 10.4, עמ' 10	פרזנטציה – חומרים נוספים	נבקש להבהיר האם במסגרת הפרזנטציה ניתן להציג, מעבר למענה לבריק שיועבר על ידי המכללה, גם מקרי בוחן וחומרים נוספים המדגימים יכולות בתחומי דאטה, טכנולוגיה, AI, מדיה וקריאייטיב.	לשיקול דעת המציעים, במסגרת הזמן שהוקצב לפרזנטציה.
11	מסמך א' – תנאי המכרז	סעיפים 10.5.1–10.5.3, עמ' 11	עמלות ודמי ניהול – בסיס החישוב	נבקש להבהיר מהו בסיס החישוב לכל אחד מאחוזי העמלה ודמי הניהול בהצעת המחיר: האם האחוז מחושב מתקציב המדיה ברוטו או נטו, לפני או אחרי הנחות/זיכויים, ולפני או אחרי מע"מ.	מדובר על תקציב ברוטו לפני מע"מ
12	מסמך א' – תנאי המכרז	סעיף 10.5.4, עמ' 11	ריטיינר – היקף עבודה חודשי	נבקש לפרט את היקף העבודה החודשי המשוער הכלול בריטיינר, לרבות מספר קמפיינים/בריפים, מודעות, באנרים, דפי	לא יפורט

	נחיתה, התאמות גדלים, ורסיות ותוצרי קופי הצפויים בחודש ממוצע ובתקופות עומס.				
13	מסמך א' – תנאי המכרז	סעיף 10.5.4, עמ' 11	ריטיינר – סבבי תיקונים	נבקש להבהיר האם קיימת מגבלה על מספר סבבי התיקונים/השינויים לכל תוצר הכלול בריטיינר, ואם כן – מהי.	לא קיימת מגבלה
14	מסמך א' – תנאי המכרז	סעיף 10.5.4, עמ' 11	ריטיינר – דפי נחיתה	נבקש להבהיר מה כוללת הדרישה ל'דפי נחיתה' במסגרת הריטיינר: האם מדובר בעיצוב וקופי בלבד, או גם באפיון UX, פיתוח, אחסון, תחזוקה, חיבור למערכות CRM והטמעת כלי מדידה.	כל נושא הפיתוח, אחסון, תחזוקה, אפיון UX אינו כלול. נדרש חיבור הקמפיינים למערכת ה CRM.
15	מסמך א' – תנאי המכרז	כללי; סעיף 10.5.4, עמ' 11	תקציב מדיה והיקף פעילות	נבקש לקבל הערכה של תקציב הפרסום והמדיה השנתי הצפוי במסגרת ההתקשרות, וכן, ככל שניתן, פירוט תקציב/הוצאה בפועל בשנים 2025–2026 בחלוקה לערוצי מדיה מרכזיים.	לא יפורט
16	מסמך א' – תנאי המכרז	סעיף 10.4.1, עמ' 10	צוות המציע וקורות חיים	נבקש להבהיר אילו בעלי תפקידים נכללים בהגדרת "צוות המציע" לצורך סעיף 10.4.1, ועבור אילו מהם נדרש לצרף קורות חיים.	מנהל תיק לקוחות, מנהל הדיגיטל, מנהל הקריאטיב
17	מסמך ב' – הסכם ההתקשרות	סעיף 2.6, עמ' 18	ישיבות עבודה	נבקש להבהיר מהו היקף הישיבות החודשי המשוער מעבר לישיבת הסטטוס השבועית, לרבות ישיבות בריף, הצגת קונספטים, הצגות הנהלה וישיבות נוספות; וכן האם הישיבות צפויות להתקיים פרונטלית במכללה או שניתן לקיימן גם באופן מקוון.	רוב הפגישות מתקיימות אונליין, למעט פגישות אסטרטגיות מעת לעת או פגישות עם הנהלת המוסד.
18	מסמך ב' – הסכם ההתקשרות	סעיף 6.7, עמ' 20	מטלות נוספות ללא תוספת תשלום	בסעיף נקבע כי משרד הפרסום יידרש לבצע כל מטלה ודרישה נוספת בתחום עבודתו, לרבות שינויים, תוספות והבהרות, ללא תוספת תשלום. נבקש להבהיר כי הוראה זו תחול על	מקובל

	מטלות בהיקף סביר הנכללות במסגרת הריטיינר ותוכנית העבודה, וכי פרויקטים חריגים או תכולות עבודה מהותיות החורגות מהפעילות השוטפת יתומחרו בנפרד ובאישור מראש.				
לא מקובל	נבקש להבהיר ולתחום את ההגבלה החלה במשך שנה לאחר סיום ההתקשרות, ובפרט להגדיר מהם הגופים/המוסדות שייחשבו כמתחרים ישירים של המכללה לצורך סעיף זה. נבקש כי ההגבלה תחול רק ביחס לרשימה או לקריטריונים מוגדרים מראש של מתחרים ישירים.	הגבלת תחרות לאחר סיום ההתקשרות	סעיף 7.4, עמ' 20	מסמך ב' – הסכם ההתקשרות	19
כפי שמופיע בתנאי הניקוד של המכרז	נבקש להבהיר האם המציע רשאי לבצע רכישת מדיה, כולה או חלקה, באמצעות ספק משנה מטעמו, ובמידה שכן – האם קיימות מגבלות או דרישות לעניין זה והאם הדבר משפיע על הניקוד בגין פעילות ניהול ורכש מדיה המתבצעת In-house.	רכישת מדיה באמצעות ספק משנה	סעיף 3.2.1, עמ' 4 ; סעיף 10.3, עמ' 9	מסמך א' – תנאי המכרז	20
בכל מקרה בו נדרשת מעורבות של משרד הפרסום בעיצוב, העברת חומרים, קריאטיב, התאמת גדלים, ניהול מדיה וכד' תשולם עמלה. בכל מקרה אחר לא.	נבקש להבהיר את מנגנון התמורה כאשר המכללה רוכשת מדיה ישירות: באילו סוגי מדיה תשולם למשרד עמלת רכש ישיר, ובאילו מקרים לא תשולם עמלה כלל.	רכישת מדיה ישירה	סעיפים 2.1 – 2.3, עמ' 31	נספח א' – מפרט טכני ואמנת שירות	21
נכון	ככל שהמכללה משלמת ישירות ל-Google/Meta אך בוחרת במשרד הפרסום	Google/Meta וספקי	סעיף 2.2, עמ' 31	נספח א' – מפרט טכני	22

	ואמנת שירות		Performance חיצוניים	לצורך ניהול הפעילות, נבקש לאשר כי המשרד יהיה זכאי לדמי הניהול שהציע עבור הקמפיינים, אף שהתשלום למדיה מתבצע ישירות על ידי המכללה.	
23	נספח א' – מפרט טכני ואמנת שירות	סעיפים 4.2 – 4.3, עמ' 32	מתחרה ישיר ומוסדות להשכלה גבוהה	נבקש להבהיר האם עצם מתן שירותים למוסד להשכלה גבוהה נוסף מהווה מניעה להתקשרות, או שהמניעה חלה רק על מוסד שהמכללה הגדירה כ'מתחרה ישיר'. ככל שהאחרון הוא הנכון, נבקש לפרט את הקריטריונים או רשימת המוסדות הרלוונטיים.	ראו תשובה לשאלה 3
24	נספח ב' – הצעת המציע	עמ' 33–34	החזר עמלה בגין מדיה	נבקש להבהיר את אופן חישוב רכיב 'גובה החזר עמלה' בגין מדיה הנרכשת באמצעות משרד הפרסום: האם המציע נדרש לנקוב באחוז מתוך עמלת המדיה שמוחזר למכללה, באחוז מהיקף המדיה, או בשיעור העמלה נטו שיישאר בידי המשרד.	ראו תשובה לשאלה 11
25	נספח א'	עמוד 32	שקיפות	מי המתחרים הישירים שלכם	ראו תשובה לשאלה 3
26	תנאי המכרז (מסמך א')	10.4	זכויות ברעיונות שהוצגו ודמי השתתפות	נבקש לקבוע במפורש שהרעיונות, הקונספטים והקריאייטיב שמציעים שלא זכו יציגו בפרזנטציה יישארו בבעלותם, ושהמכללה לא תשתמש בהם בלי הסכמה ותמורה.	מקובל
27	תנאי המכרז (מסמך א')	10.5.1, נספח ב'	עמלת מדיה קנויה – סתירה מהותית	לפי סעיף 10.5.1 המציע נוקב ב'גובה העמלה שיציע משרד הפרסום עבור מדיה קנויה', והניקוד הגבוה ניתן לעמלה הנמוכה ביותר. לעומת זאת, בנספח ב' הרכיב מנוסח כ'גובה החזר עמלה שיציע משרד הפרסום למכללה', כלומר זיכוי למכללה, שבו דווקא שיעור גבוה	סעיף 10.5.1 יתוקן בהתאמה לנספח ב'

	עדיף. נבקש להבהיר את המנגנון : האם מדובר בעמלה שהמכללה משלמת בנוסף על עלות המדיה, או בהחזר למכללה?				
ראה תשובה לשאלה 12	כדי לתמחר את הריטיינר נבקש לפרט את היקף העבודה החודשי הצפוי	ריטיינר – היקף העבודה הכלול	10.5.4	תנאי המכרז (מסמך א')	28
ראה תשובה לשאלה 15	נבקש לפרסם את היקף תקציב הפרסום השנתי המשוער של המכללה (מדיה והפקות), והחלוקה בין מדיה אופליין, אונליין ודיגיטל ממומן, ובין מדיה שנרכשת דרך המשרד למדיה שנרכשת ישירות.	נתוני תקציב לצורך תמחור	10.5, 9	תנאי המכרז (מסמך א')	29
למען הסר ספק, שירותי יחסי ציבור אינם כלולים במכרז	נבקש להחריג יחסי ציבור אשר אינם כלולים בשירותי פרסום.	החרגת יחסי ציבור	6.5.2	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	30
מקובל.	כל הסעיפים הללו צריכים להיות כפופים לזכויות צדדים שלישיים, ולהסדרת הרישיונות עמם. במקרים אלה המכללה תקבל רישיון בהתאם לתנאי הרישיון ולתקופה שאושרה מראש, ושימוש מעבר לכך ימומן על ידי המכללה.	קניין רוחני – זכויות צד שלישי וידע קודם	8.5–8.1, 5	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	31
מקובל	לפי הסעיף משרד הפרסום חייב לבצע כל מטלה נוספת בתחום עבודתו בלי תשלום נוסף. בהסכם שכולל ריטיינר קבוע, סעיף כזה לא מאפשר לתמחר את ההצעה. נבקש להגביל את הסעיף לשירותים שמוגדרים בריטיינר, ולקבוע שעבודות מעבר לכך יבוצעו לפי הצעת מחיר	ביצוע כל מטלה נוספת ללא תמורה	6.7	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	32

	שתאושר מראש, או לפי מחירון שיצורף להסכם.				
מקובל	נא להוסיף - ובתיאום מראש עם המשרד.	אופן מתן השירותים	7.2	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	33
האמור בסעיף עוסק בתקופה שלאחר סיום ההתקשרות והינו בנוסף לאמור בסעיף 4 לתנאי המכרז העוסק בתקופת ההתקשרות. הבקשה לא מתקבלת.	לא מקובל וסותר את סעיף 4. נבקש למחוק אי תחרות לאחר סיום ההתקשרות.	אי-תחרות לשנה אחרי סיום ההתקשרות	7.4	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	34
מקובל	נבקש להוסיף כי שירותים או תכולות עבודה נוספות מעבר למוגדר בחוזה יתומחרו בנפרד.	עבודות נוספות בלי הליך תחרותי – תמחור	8.6	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	35
הבקשה לא מתקבלת	נבקש לקבוע שמשרד הפרסום לא יהיה אחראי לתוכן, לנתונים ולמצגים שהמכללה מסרה, או לפרסום שהמכללה אישרה בכתב אחרי שהמשרד הודיע לה על חשש משפטי. מידע אקדמי ועובדתי (למשל תנאי קבלה, הכרה בתארים, שכר לימוד ומלגות) נמסר על ידי המכללה ובאחריותה.	אחריות בלעדית לתוכן הפרסום	8.10, 8.11	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	36
הבקשה לא מתקבלת	נבקש להוסיף – בכפוף לתשלום התמורה על פי החוזה.	מסירת חומרים בסיום ההתקשרות	8.12	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	37
הבקשה לא מתקבלת	ההתחייבות לשמירת סודיות גמורה על כל מידע, פרטים ונתונים מכל סוג שהוא, ללא	זכויות ושמירת סודיות	8.16	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	38

	אבחנה ביניהם הינה התחייבות רחבה. יש לצמצם את הגדרת המידע הסודי.				
39	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	9.7	העדר תחולת יחסי עובד- מעביד	נדרשת הבהרה - באילו נסיבות המכללה תהיה רשאית לקזז כספים מהמשרד או מעובדיה?	חלה טעות בניסוח סעיף 9.7. צריך להיות: "המכללה תהיה רשאית לקזז מכל סכום המגיע ממנה למשרד הפרסום ו/או מי מעובדיו, לרבות סכומים שייפסקו נגדה לטובת משרד הפרסום ו/או מי מעובדיו על פי החלטה שיפוטית כלשהי, כל סכום אשר חייב לה משרד הפרסום בהתאם להוראות סעיף זה לעיל".
40	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	10	אחריות ושיפוי – ללא הגבלה	סעיפי האחריות קובעים אחריות "מלאה ומוחלטת" לכל נזק, כולל נזק עקיף. נבקש: (א) להגביל את האחריות לנזק ישיר שנגרם ברשלנות, (ב) לקבוע תקרה (למשל סך התמורה ששולמה בפועל ב-12 החודשים שקדמו לאירוע), למעט נזק שנגרם בזדון, (ג) להתנות את השיפוי בהודעה מיידית על תביעה, בהזדמנות להתגונן ובאי-התפשרות בלי הסכמה, ובפסק דין חלוט. בנוסף, סעיף 10.3 מפנה לסעיפים 6.1 ו-6.2, ונראה שהכוונה לסעיפים 10.1 ו-10.2. נבקש לתקן.	בסיפא של סעיפים 10.2 ו-10.3 יבוא: "המכללה תאפשר למשרד הפרסום להתגונן כנגד טענה ו/או תביעה כאמור, וזאת מיד עם קבלת הדרישה ו/או התביעה ו/או ההודעה בדבר טענה כאמור, בידי המכללה. בכפוף לאמור בסעיף זה לעיל, ככל שייפסק בפסק דין ו/או החלטה שביצועם לא עוכב, כי המכללה חבה בתשלום בגין תביעה ו/או דרישה כאמור, מתחייב משרד הפרסום לשפות את המכללה בגין כל סכום

שייפסק בפסק דין או החלטה כאמור וזאת בתוך 30 ימים ממועד קבלת דרישה בכתב מאת המכללה".					
הכוונה לסעיפים 10.1 ו- 10.2.					
ראו תיקון בשאלה 40 לעיל	הסעיף מאוד רחב ואינו ברור. אנא הבהירו את הסייפא - משרד הפרסום משחרר לחלוטין ומראש את המכללה ו/או עובדיה, שלוחיה ואת מי שבא מטעמה מכל אחריות וחבות לכל בגין כל נזק כנ"ל שארע כתוצאה מהרישא לסעיף זה, לכל אדם, לגוף ו/או לרכוש, בכל עילה שהיא.	אחריות	10.1	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	41
הכוונה לסעיפים 10.1 ו- 10.2.	סעיף 6.2 מתייחס להוראות המכללה ולתוכניותיה – מדוע על המשרד לפצות ולשפות כאשר ייתכן שהנזק נגרם באופן ישיר מהנחיותיה או דרישותיה של המכללה.	אחריות	10.3	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	42

43	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	11.1	שינוי דרישות הביטוח	נבקש שכל שינוי בדרישות הביטוח במהלך ההתקשרות יתואם עם הספק מראש, ושעלות נוספת שתיגרם בעקבותיו תשולם על ידי המכללה.	שינויים בדרישות הביטוח יתואמו מראש עם הספק. עלויות הכרוכות באותם שינויים, לא ישולמו ע"י המכללה.
44	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	12.1.2, נספח י'-1	תקופת הודעה על ביטול פוליסה – סתירה	לפי סעיף 12.1.2 בהסכם נדרשת הודעה של 60 ימים, ולפי אישור עריכת הביטוח (נספח י'-1) נדרשים 30 ימים. לפי נספח י', הנספח גובר. נבקש לאשר שמדובר ב-30 ימים ולתקן את ההסכם.	מקובל.
45	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	12.10	השתתפות עצמית בפוליסות המכללה	לא ברור מה פירוש הסעיף, שלפיו הספק יישא בהשתתפות העצמית בפוליסות של המכללה במקרה שהמכללה אחראית לו. נבקש להבהיר או למחוק, ולכל הפחות להגביל את הסעיף לנזק שנגרם באחריות הספק.	הסעיף יימחק.
46	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	13.1	סעיף התמורה – התאמה לנספח ב'	המונחים בסעיף 13.1 ("החזר עמלה מדיה ברכש ישיר", "דמי ניהול קמפיינים (מדיה פרוגמטיבית)") לא תואמים את המונחים בסעיף 10.5 ובנספח ב'. נבקש לאחד את המונחים ואת ההגדרות בכל מסמכי המכרז.	ראה תשובה בסעיף 27
47	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	13.10	תגמול על העבודה במקרה של רכש מדיה עצמאי או באמצעות גורמים שלישיים	נבקש להוסיף כי המכללה תשלם עמלה גם במקרה של רכש מדיה שלא באמצעותה.	ראה תשובה בסעיף 21

48	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	14.3	סיום ההתקשרות בהודעה של 30 ימים	נבקש: (א) להאריך את ההודעה המוקדמת ל-60 ימים ולהוסיף הדדיות; (ב) לקבוע שבמקרה של סיום המכללה תשלם גם על עבודות בביצוע ועל התחייבויות מדיה והפקה שאושרו מראש ולא ניתן לבטל.	א- הבקשה לא מתקבלת ב- בכפוף לאישור ההזמנה בכתב ע"י המכללה ו בוצעה הזמנת רכש.
49	הסכם ההתקשרות (מסמך ב')	15.3	קיזוז	נבקש להגביל את זכות הקיזוז לסכומים קצובים שאינם שנויים במחלוקת, ובהודעה מוקדמת בכתב.	הבקשה לא מתקבלת
50	נספח א' – מפרט ואמנת שירות	2.2-2.3	תגמול על העבודה במקרה של רכש מדיה עצמאי או באמצעות גורמים שלישיים	כיצד המשרד יתוגמל על עבודתו במקרים אלו: נבקש להוסיף כי המכללה תשלם עמלה גם במקרה של רכש מדיה שלא באמצעותה.	ראה תשובה בסעיף 21
51	נספח י' – ביטוח	1	תקופת ביטוח האחריות המקצועית אחרי סיום ההתקשרות	נבקש לקצר את החובה להחזיק ביטוחים על בסיס הגשת תביעה מ-7 שנים ל-3 שנים אחרי סיום ההתקשרות, כמקובל בשירותים מסוג זה.	מאושר
52	נספח יא' – סודיות ופרטיות	2, 3, 11, 13	היקף המידע האישי ומועדי דיווח	(א) אילו סוגי מידע אישי יועברו למשרד הפרסום (למשל פרטי לידים ומועמדים או גישה למערכת ה-CRM של המכללה)? השדות בסעיפים 2 ו-3 ריקים. (ב) האם הלידים יועברו ישירות למערכות המכללה? (ג) נבקש להאריך את זמן הדיווח על אירוע אבטחה מ-12 שעות ל-24 שעות מרגע שהמשרד ידע על האירוע, ואת זמן העדכון על בקשות עיון, תיקון והסרה מ-3 ימים ל-3 ימי עבודה.	א- לא יועבר ע"י המכללה מידע אישי על המועמדים. ב- כן, יועבר ישירות. ג- לא מאושר מקובל
53	נספח יב' – אבטחת מידע	4, 5, 6	תחולת דרישות הפיתוח, האחסון וה-SaaS	חלק גדול מהנספח עוסק בספקים שמפתחים מערכות, מאחסנים אותן או מפעילים שירותי SaaS (ISO 27001, SOC 2, SBOM, SIEM מבדקי חדירה). נבקש לאשר שסעיפים 4-6 לא חלים על שירותי פרסום ומדיה, וכן לפרט אילו דרישות, אם בכלל, יחולו על דפי נחיתה וטפסי לידים שהמשרד יקים (למשל על פלטפורמות צד שלישי).	מקובל, סעיפים 4-6 לא חלים על שירותי פרסום ומדיה.

54	נספח יב' – אבטחת מידע	1.3, 4.23	שימוש בכלי בינה מלאכותית	הריטיינר כולל במפורש עבודה עם כלי AI. נבקש לאשר שמוותר להשתמש בכלי AI מסחריים שמוגדרים כך שהמידע לא ישמש לאימון המודל (למשל רישיונות Enterprise), ושהאיסור חל רק על העלאת מידע אישי או מידע עסקי חסוי של המכללה. כמו כן, מי הבעלים של תוצרים שנוצרו בעזרת AI, בשים לב למגבלות על הגנת זכויות יוצרים ביצירות כאלה?	המכללה לא מאשרת לעשות שימוש בכלי AI, בכל הקשור במידע עיסקי, מסחרי ואסטרטגי.
55	מסמך א' – תנאי המכרז	עמוד 3- סעיף 1.3 עמוד 5 - סעיף 3.2.9 עמוד 6- סעיף 4	איסור התקשרות עם גופי מתחרים	נבקש להבהיר את המונח "מתחרה ישיר של המכללה". האם עצם מתן השירותים למוסד אחר להשכלה גבוהה, אשר קיימת חפיפה בחלק ממסלולי הלימוד ו/או קהלי היעד בינו לבין המכללה, הופך אותו ל"מתחרה ישיר"? ככל שלא - מהם הקריטריונים לפיהם תקבע המכללה כי מוסד מסוים הוא מתחרה ישיר? כמו כן, האם ניתן לקבל רשימה של המוסדות אותם רואה המכללה כמתחרים ישירים לצורך המכרז?	ראו תשובה לשאלה 3
56	מסמך א' – תנאי המכרז	עמוד 7 סעיף 7.7	אופן הגשת המעטפות	נבקש לאשר כי מעטפת 'הצעת המציע' תכלול את נספח ב' - הצעת המחיר בלבד, וכי נספח זה לא ייכלל גם במעטפת ההגשה הכללית. כמו כן נבקש לאשר האם על מעטפת הצעת המציע יש לציין את שם המציע?	לא לציין את שם המציע על המעטפה או כל סימן מזהה של המציע.
57	מסמך א' – תנאי המכרז	עמוד 7 - סעיף 7.8 עמוד 9 – סעיף 10.3	הליך בדיקת ההצעות ובחירת ההצעה הזוכה	בסעיף 7.8 מצוין כי מעטפת ההגשה תכלול, בין היתר, פרופיל חברה ודיסק און קי הכולל את תיק העבודות. בסעיף 10.3 מצוין כי יש להעביר למכללה פרופיל חברה ותיק עבודות למייל, ובהמשך אותו סעיף מצוין כי החומרים יועברו בתוך מעטפת ההגשה. נבקש להבהיר מהו אופן ההגשה הנדרש של פרופיל החברה ותיק העבודות – האם יש להעבירם גם באמצעות המייל וגם באמצעות דיסק און קי שיוגש במעטפת ההגשה? וככל שנדרשת הגשה נוספת של החומרים בעותק מודפס, נבקש לציין זאת.	ראה תשובה לשאלה 4

מקובל, להוציא שירותי גרפיקה	בסעיף 9.4 מצוין כי המציע לא יהיה זכאי לתמורה נוספת, להחזר הוצאות או לתשלומים נוספים כלשהם. עם זאת, בהתאם לסעיפים 13.3 ו-13.6 להסכם ההתקשרות, הפקות ועבודות המבוצעות באמצעות צדדים שלישיים, לרבות הפקות דפוס, גרפיקה, צילומים, הקלטות, הלחנה, תזמור, הדפסות וכיו"ב, ישולמו בנפרד, בכפוף לקבלת הצעת מחיר/הזמנה ואישור מראש ובכתב של המכללה. נבקש להבהיר כי עלויות הפקה ועבודות צד ג' כאמור אינן כלולות בתמורה הקבועה למשרד הפרסום וישולמו בנפרד בהתאם לאישור המכללה, וכן להתאים את נוסח סעיף 9.4 בהתאם.	הצעת המחיר והתמורה	עמוד 9 - סעיף 9.4 עמוד 26 – סעיפים 13.3 ו-13.6	מסמך א' – תנאי המכרז	58
ראה תשובה לשאלה 27	לאור השוני בניסוח רכיבי המחיר בין סעיף 10.5, נספח ב' וסעיף 13.1 להסכם ההתקשרות, נבקש להבהיר את ארבעת רכיבי המחיר ואת אופן הניקוד של כל אחד מהם, ובפרט האם בגין החזר העמלה למכללה הניקוד הגבוה ביותר יינתן ל% ההחזר הגבוה ביותר או הנמוך ביותר?	שלב ג' – בחינת הצעת המחיר	עמוד 11 סעיף 10.5	מסמך א' – תנאי המכרז	59
ראה תשובה בסעיף 12	"הריטיינר כולל עיצובי סטודיו, לרבות מודעות, באנרים, דפי נחיתה, קופי, התאמות גדלים, התאמות, ורסיות ועבודה בכלי AI" נבקש להבהיר מהו היקף העבודה החודשי המשוער הכולל בריטיינר - כגון מספר משימות, קמפיינים, דפי נחיתה, באנרים, התאמות ו/או שעות סטודיו - והאם קיימת מכסת עבודה חודשית או מנגנון תמחור לעבודות החורגות מהיקף הפעילות השוטף.	שלב ג' – בחינת הצעת המחיר	עמוד 11 סעיף 10.5.4	מסמך א' – תנאי המכרז	60
הסעיף מדבר בעד עצמו. הבקשה לא מתקבלת. ניתן לבקש את אישור המכללה מראש ובכתב, מענה בכתב	נבקש להבהיר את היקף האיסור הקבוע למשך שנה לאחר סיום ההתקשרות על מתן שירות העלול להעמיד את משרד הפרסום ביחסי תחרות עם המכללה.	אופן מתן השירותים	עמוד 20 סעיף 7.4	מסמך ב' – הסכם התקשרות	61

מהמכללה, יינתן לכל מקרה לגופו.	האם האיסור חל על התקשרות עם כלל מוסדות ההשכלה הגבוהה בישראל, או רק עם מוסדות המוגדרים על ידי המכללה כ"מתחרים ישירים"? ככל שמדובר במתחרים ישירים בלבד, נבקש להפנות לרשימת המוסדות או לקריטריונים לפיהם תיקבע הגדרה זו.				
הבקשה לא מתקבלת.	בעניין זכויות היוצרים והבקשה הגורפת לזכויות ללא הגבלת זמן, נבקש להחריג מהוראות הסעיף הסכמים מול שחקנים, פרזנטורים, קריינים וכיו"ב, אשר מטבעם מוגבלים לתקופת שימוש שנקבעת מראש במסגרת ההתקשרות עמם. נבקש כי במקרים אלו תקופת השימוש תהיה בהתאם לתקופה שנקבעה ואושרה מראש במסגרת ההתקשרות הרלוונטית.	זכויות ושמירת סודיות	עמוד 21 סעיף 8.4	מסמך ב' – הסכם התקשרות	62
נכון, יש למלא רק בנספח ב'	נבקש לוודא כי אין צורך למלא את סעיף 13.1 במסגרת הגשת המסמכים, וכי יש למלא את הצעת המחיר רק במקום המיועד לכך בהצעת המחיר בעמוד 33. סעיף 13.1 ימלא רק לאחר הודעת הזכייה וכחלק מחתימה על הסכם השירותים?	התמורה	עמוד 26 סעיף 13.1	מסמך ב' – הסכם התקשרות	63
נכון.	בסעיף 4.3 נדרש המציע לציין את המוסדות להשכלה גבוהה עמם הוא עובד. מאחר שלא מצאנו במסמכי המכרז מקום ייעודי אחר לציון מידע זה, נבקש לוודא כי את שמות המוסדות יש לציין במסגרת רשימת הלקוחות בנספח ג' – הצהרת המציע?	שקיפות	עמוד 32 סעיף 4.3	נספח א' – מפרט ואמנת שירות	64