

كراسة الشروط والمواصفات لمنافسة

تقديم خدمات استشارية

لدعم وتطوير العملية الاتصالية وصناعة المحتوى على منصات التواصل الاجتماعي لبرنامج خادم الحرمين الشريفين للابتعاث

م	البيان	التاريخ
1	تاريخ إصدار الكراسة(الدعوات)	2023/08/21م
3	التاريخ المتوقع للرد على الاستفسارات والأسئلة	خلال يومين عمل
4	الموعد النهائي لتسليم العروض	2023/08/24م تم التمديد إلى تاريخ 2023/09/05
5	للاستفسار يرجى التواصل عبر القنوات التالية:	r.ibrahim@seu.edu.sa aalhwati@seu.edu.sa
6	الوقت المتاح للتسليم	من الساعة العاشرة صباحاً إلى الساعة الثانية مساءً
7	طريقة التقديم	عرض فني ومالي بظرفين منفصلين عليه اسم المشروع ونوع العرض فني أو مالي مرفق به أسم الشركة وصورة من السجل التجاري أو عن طريق البريد الإلكتروني المرفق
8	مكان تسليم العروض الورقية	معهد البحوث والدراسات الجامعة السعودية الإلكترونية- الدور الأول

الشروط العامة

- 1 يقدم العرض داخل مظروف مغلق ومكتوب عليه اسم المنافسة ومختومة جميع صفحاته بالختم الرسمي ويقدمها صاحب العرض أو مندوبة إلى معهد البحوث والدراسات بالجامعة السعودية الإلكترونية - الدور الأول في موعد لا يتجاوز التاريخ المحدد
- 2 يعتبر العرض لا غيا إذا كانت أي من مستندات العرض غير مختومة من الجهة المقدمة للعرض.
- 3 يعتبر العرض لا غيا إذا تم تقديمه بعد التاريخ المحدد.
- 4 يجب على صاحب العرض المتقدم لتنفيذ الأعمال أن يتحرى قبل تقديم عرضه، عن طبيعة الأعمال المتقدم لها، والظروف المصاحبة للتنفيذ، ومعرفة كافة بياناتها وتفصيلاتها، وما يمكن أن يؤثر على فئات عرضه ومخاطر التزاماته.
- 5 تكون الأفضلية للمواد المنتجة وطنياً ومحلياً وما يعامل معاملتها من منتجات وخدمات الدول الأخرى في حالة تساوي العروض.
- 6 تقدم أسعار العرض بالريال السعودي.
- 7 للجامعة الحق في إلغاء بعض البنود أو تخفيضها إذا دعت الحاجة لذلك.
- 8 في حالة وجود شرط من الشروط الخاصة يتضمن تقديم عينة يعد العرض ناقصاً في حالة عدم تقديمها.
- 9 يجب إرفاق الأوراق الرسمية سارية المفعول وهي:
 - (أ) صورة من شهادة تسديد الزكاة والدخل.
 - (ب) صورة من السجل التجاري أو الترخيص.
 - (ت) صورة من شهادة الانتساب إلى الغرفة التجارية
 - (ث) صورة من شهادة التأمينات الاجتماعية
 - (ج) صورة من شهادة مكتب العمل (السعودة).
 - (ح) رخصة الاستثمار إذا كان المتنافس مرخصاً وفقاً لنظام (الاستثمار الأجنبي).
- 10 شهادة تصنيف في مجال الأعمال المتقدم لها إذا كانت قيمة العرض مما يشترط له التصنيف وفقاً للأحكام الواردة في نظام (تصنيف المقاولين).
- 11 **يجب تقديم العرض المالي بظرف خاص بحيث يحتوي على:**
 - (أ) خطاب من قبلكم يوضح فيه المبلغ الكامل للمشروع وما يرد عليه من زيادة أو نقص.
 - (ب) الأوراق الرسمية المطلوبة.

- ت) أصل كراسة الشروط والمواصفات متضمنة جدول الكميات المسعر، على أن تكون جميع صفحاتها مختومة مع صورة منها.
- 12- **يجب تقديم العرض الفني بظرف خاص بحيث يحتوي على:**
- أ) نسخة من كراسة الشروط والمواصفات على أن تكون جميع صفحاته مختومة بدون ذكر الأسعار.
- ب) الكتالوجات (إن وجدت أو طلبت في الشروط الخاصة)
- ت) في حالة وجود شرط يتضمن تقديم (عينة، كتالوج، ...). يعد العرض ناقصاً في حالة عدم تقديمها.
- ث) صورة من شهادة التصنيف في مجال الأعمال المتقدم لها إذا كانت المنافسة وقيمة العرض مما يشترط له التصنيف وفقاً للأحكام الواردة في نظام (تصنيف المقاولين).
- ج) ما هو مطلوب في الشروط الخاصة للمنافسة.
- 13- للجامعة الحق في تخفيض أو زيادة (الكمية أو المدة) أو تجزئتها أو إلغائها إذا دعت الحاجة لذلك (قبل الترسية) دون إبداء الأسباب ودون اعتراض من مقدم العرض.
- 14- يجوز للجامعة أثناء سريان العقد زيادة (كمية أو مدة) البنود أو إنقاصها حسب النسبة التي يقررها نظام المنافسات والمشتريات الحكومية
- 15- في المنافسات التي تحتاج لتصنيف يجوز أن يقدم العرض من عدة مقاولين بالتضامن بينهم، وفقاً لشروط تصنيف المقاولين المتضامنين، المشار إليها في نظام (تصنيف المقاولين)، ومع مراعاة الضوابط التالية:
- أ) أن يتم التضامن قبل تقديم العرض، وبموجب اتفاقية مبرمة بين الأطراف المتضامنة، ومصدقة من الجهة ذات الاختصاص بالتوثيق والتصديق كالغرفة التجارية الصناعية.
- ب) أن تتضمن اتفاقية التضامن التزام المتضامنين مجتمعين أو منفردين، بتنفيذ كافة الأعمال والخدمات المطروحة في المنافسة.
- ت) أن توضح اتفاقية التضامن الممثل القانوني لطرفي التضامن أمام الجهة الحكومية، لاستكمال إجراءات التعاقد، وتوقيع العقد، والمسئولية عن التوقعات والمخاطبات مع الجهة الحكومية.
- ث) تختم وتوقع وثائق العرض ومستنداته، من جميع المتضامنين، ويرفق أصل الاتفاقية مع العرض.
- ج) لا يجوز لأحد المتضامنين التقدم بعرض منفرد، أو التضامن مع متنافس آخر للمشروع نفسه.
- ح) لا يجوز تعديل اتفاقية التضامن بعد تقديمها دون موافقة الهيئة.
- خ) لا يجوز الكشط أو المحو في قائمة الأسعار كما لا يجوز لمقدم العرض شطب أي بند من البنود أو غيرها أو إجراء أي تعديل فيها مهما كان نوعه، كما أن أي تصحيح يجريه صاحب العرض عليها يجب إعادة كتابته رقماً وكتابة والتوقيع عليه وختمه، وإذا رغب مقدم العرض في وضع اشتراطات إضافية خاصة فعلية أن يبينها في خطاب خاص يرفق مع عطائه على أن يشير إلى هذا الخطاب في العرض نفسه.
- 16- إذا بلغت فئات الأسعار التي جرى عليها التعديل أو المحو أو الطمس أكثر من 10% من قائمة الأسعار جاز استبعاد العرض.

- 17- لا يجوز لمقدم العرض أن يغفل أو يترك أي بند من بنود المنافسة، دون تسعير إلا إذا أجازت شروط المنافسة التجزئة.
- 18- في حالة عدم تعبئة أي حقل من حقول جداول الكميات سوف يتم تحميله على القيمة الإجمالية للعرض ويعتبر هذا موافقة من المقاول بذلك.
- 19- يجوز للجنة فحص العروض التوصية باستبعاد العرض إذا تجاوزت الأخطاء الحسابية في الأسعار بعد تصحيحها وفقاً لأحكام المادة الثانية والثلاثين الفقرة (د) من اللائحة التنفيذية لنظام المنافسات والمشتريات الحكومية، أكثر من 10 % من إجمالي قيمة العرض زيادةً أو نقصاً.
- 20- يجوز للجامعة تجزئة هذه المنافسة متى كانت التجزئة في مصلحتها.
- 21- للجنة فحص العروض الحق في مراجعة الأسعار المقدمة إليها سواء من حيث مفرداتها أو مجموعها وإجراء التصحيحات المادية اللازمة وإذا وجد اختلاف بين السعر المبين بالأرقام والسعر المبين بالكتابة فتكون العبرة بالسعر المبين بالكتابة وإذا وجد اختلاف بين سعر الوحدة وسعر مجموعها كانت العبرة بسعر الوحدة.
- 22- تعبئة جدول الكميات بالقلم الحبر والختم على كل صفحة من صفحاته.
- 23- تقدم الأسعار شاملة لجميع المصاريف.
- 24- لا يجوز تقديم عرض بديل أو مرادف إلا إذا تضمنت الشروط الخاصة للمنافسة ذلك.
- 25- يجوز للجامعة أثناء مدة العقد زيادة كمية البنود أو إنقاصها حسب النسبة التي يقررها نظام المنافسات والمشتريات الحكومية.
- 26- مدة سريان العرض هي ثلاثة أشهر من تاريخ فتح المظاريف.
- 27- للجامعة الحق في رفض أي بند من البنود الموردة إذا اتضح عدم مطابقتها لشروط ومواصفات الهيئة التي ارتبط بها المتعهد في عطاءه.
- 28- عند إخلال المتعهد بالتعاقد سوف تكون الغرامات والجزاءات حسب ما يقتضيه النظام واللائحة التنفيذية للمشتريات الحكومية.
- 29- كل ما لم يرد به نص في هذه الشروط يطبق بشأنه ما حدد في نظام المنافسات والمشتريات الحكومية الصادر بموجب المرسوم الملكي رقم (م/128) وتاريخ 1440/11/13هـ، ولائحة التنفيذية الصادرة بقرار وزير المالية رقم (1242) وتاريخ 1441/3/21هـ المعدلة بالقرار الوزاري رقم (3479) وتاريخ 1441/8/11هـ وكل تعديل أو نظام أو لائحة تحل محلها.

أسم مقدم العطاء:

أسم مدير المؤسسة/ الشركة:

رقم صندوق البريد: ()
المدينة :
الرمز البريدي : ()

رقم الجوال:

رقم الهاتف:

رقم الفاكس:

ايميل التواصل الرسمي للشركة:

الختم الرسمي للمؤسسة/ الشركة:

نطاق العمل

تقديم خدمات استشارية

لدعم وتطوير العملية الاتصالية وصناعة المحتوى على منصات التواصل الاجتماعي لبرنامج خادم الحرمين الشريفين للابتعاث

يتضمن نطاق هذا المشروع ما يلي:

أولاً: الخطة الإعلامية

إعداد خطة تسويقية متكاملة وإعداد استراتيجية الظهور الإعلامي الملائم لبناء نتائج البحث الأولي ودراسة الفئات المستهدفة والعمل الخطوات وفق الاتي:
تحليل الوضع الحالي لبرنامج خادم الحرمين الشريفين للابتعاث.
تحديد الأهداف الرئيسية التي يسعى البرنامج الى تحقيقها.
تحديد الفئات المستهدفة
صياغة الرسائل بناء على الأهداف الرئيسية
تحديد نوعية المحتوى الذي سوف يتم نشره عبر القنوات المناسبة
وضع الخطة الزمنية

ثانياً: الحملات الإبداعية المتكاملة

1. الأفكار الإبداعية

- إعداد وكتابة فكرة تسويقية إبداعية عن البرنامج ومبادراتها.
- إعداد وتصميم التوجه الإبداعي للحملات، وتشتمل على التوجهات المقترحة للأفكار الإبداعية ورسالتها، الشعار النصي للحملة، تطوير وسم خاص للحملات "هاشتاق"
- تنفيذ التصميم الرئيسية لكل حملة (.Key Visuals)
- تنفيذ كافة التصميم المصاحبة للحملة بعدة مقاسات على أن تشمل (منشورات منصات التواصل الاجتماعي، تصاميم انفوجرافيك، GIFs).

2. الإنتاج الفني:

تصوير وتنفيذ فيديو إبداعي سينمائي بأساليب وأفكار مبتكرة وبجودة عالية للحملات:

- كتابة وتنفيذ وإخراج إعلانات بجودة عالية.
- توفير خيارات مخرجين ومدراء تصوير وتزويد الإدارة المعنية بأعمالهم السابقة.
- توفير الأجهزة والمعدات الخاصة بالتصوير.
- التأكد من الأمن والسلامة في موقع التصوير.

- توفير خيارات الممثلين والتنسيق والتعاقد معهم والتأكد من جاهزيتهم للتصوير.
- المواصفات التفصيلية: جودة K.4

3. التسويق الرقمي:

تنفيذ وإدارة الحملات الإعلانية المدفوعة على منصات التواصل الاجتماعي:

- العمل على استراتيجية خاصة بالحملات الترويجية المدفوعة على منصات التواصل الاجتماعي لحسابات البرنامج.
- إعداد الخطط الترويجية لجميع منصات التواصل الاجتماعي.
- العمل على 60,000,000 مليون ظهور لمنصات التواصل الاجتماعي (تويتر، سناب شات، تيك توك) لجميع الحملات
- إطلاق ونشر ومتابعة الحملات المدفوعة.
- إصدار تقارير الحملات الرقمية المفصلة بعد الانتهاء من كمل حملة.

العلاقات العامة

تنفيذ إعلانات الطرق:

- تنفيذ إعلانات الطرق والشوارع في المدن الرئيسية الثلاثة (شبكة رقمية كبيرة) Mega في المملكة (الرياض، جدة، الدمام) في الطرق الرئيسية.

الحملات الإبداعية التكتيكية

1. الأفكار الإبداعية:

- إعداد وكتابة فكرة تسويقية إبداعية على سبيل المثال وليس الحصر المناسبات الوطنية الرسمية والأعياد.
- إعداد وتصميم التوجه الإبداعي للحملات، وتشتمل على التوجهات المقترحة للأفكار الإبداعية ورسالتها، الشعار النصي للحملة، تطوير وسم خاص للحملات "هاشتاق"
- تنفيذ التصاميم الرئيسية لكل حملة (.Key Visuals)
- تنفيذ كافة التصاميم المصاحبة للحملة بعدة مقاسات على أن تشمل (منشورات منصات التواصل الاجتماعي، تصاميم انفوجرافيك، GIFs)

2. مؤثرين منصات التواصل الاجتماعي

- إعداد قائمة المؤثرين، وإعداد المحتوى الخاص بهم والنشر من خلالهم ومتابعة التواصل والتنسيق معهم وتشمل:
- 6 مؤثرين على منصة السناب شات
- 6 مؤثرين على منصة أكس (تويتر)

إدارة حسابات منصات التواصل الاجتماعي:

- إنشاء Social Media Profiles لجميع منصات التواصل الاجتماعي (تويتر، انستقرام، ، يوتيوب،) مع توثيق الحسابات جميعها وتطبيق الهوية في منصات التواصل الاجتماعي.
- إدارة حسابات البرنامج على منصات التواصل الاجتماعي.
- صناعة المحتوى النصي والمرئي (نص، تصاميم فنية، انفوجرافيك).
- جدولة المحتوى والنشر واختيار أفضل الأوقات للنشر بناء على الأدوات المستخدمة التي توضح أفضل الأوقات للنشر.
- إدارة ومراقبة ومتابعة جميع الرسائل والمحادثات والتعليقات والردود والإشارات على قنوات التواصل الاجتماعي التابعة للهيئة، ومتابعة شكاوى المتابعين واقتراحاتهم وطلباتهم والتفاعل معها وفق استراتيجية واضحة ومعتمدة بالتنسيق مع ذوي الاختصاص بالبرنامج، وإعداد وتنفيذ خطط التفاعل الإيجابي مع الجمهور.
- إنشاء قاعدة بيانات لجميع الأسئلة والاستفسارات.
- تقديم التقارير الدورية لأداء الحساب لجميع منصات التواصل الاجتماعي التابعة للهيئة.

الرصد الإعلامي:

- تحليل أداء التواصل وانشطته
- تقديم تقرير شهري تحليلي
- تقديم أبرز التوصيات والمواضيع
- تقديم التقرير اليومي والشهري وربيع سنوي وسنوي يرصد أبرز المواضيع

سادسا: التغطيات الإعلامية:

- إعداد وإنتاج التغطيات الإعلامية حسب المتطلبات:
- تجهيز الموقع
- التصوير
- تقديم عدة خيارات للمعالجة الفنية (.Treatment)
- اعتماد المعالجة.
- مونتاج الفيديو (.Editing, Coloring)
- الموسيقى والمؤثرات الصوتية.
- التصدير النهائي وتسليم العمل.

مدة المشروع:

تمتد فترة المشروع ل 12 شهر من تاريخ البدء.

جدول المخرجات:

الكمية	وصف البند	وحدة القياس	البند	#
1	إعداد خطة إعلامية متكاملة تتضمن: تحليل الوضع الحالي لبرنامج خادم الحرمين الشريفين للابتعاث، وتحديد الأهداف الرئيسية التي يسعى البرنامج الى تحقيقها، وتحديد الفئات المستهدفة، وصياغة الرسائل بناء على الأهداف الرئيسية، والخطة الزمنية	ملف	الخطة الإعلامية	1
4	ويتضمن: إعداد وكتابة الأفكار التسويقية الإبداعية والمبادرات، والتوجه الإبداعي للحملات بما في ذلك الرسالة والشعار وتطوير وسم الهاشتاق الخاص بالحملة. وفيديو سينمائي بجودة عالية وأفكار مبتكرة. وتقرير عن تنفيذ حملات إعلانية في منصات التواصل الاجتماعي. تقرير عن القيام بإعلانات الطرق في ثلاث مدن رئيسة في المملكة (الرياض وجدة والدمام)	ملف	الأفكار الإبداعية المتكاملة	2
2	إعداد التصاميم الرئيسة للحملة إعداد القوائم ل ٦ من المؤثرين في شبكات التواصل الاجتماعي وترتيبهم حسب التأثير والأهمية وتوافقهم مع الشروط العامة للوزارة إعداد المحتوى للنشر من خلال المؤثرين في شبكات التواصل الاجتماعي اعداد ٦ قوائم لمنصات التواصل الاجتماعي	حملة	الحملات الإبداعية المتكاملة (360)	3
12	إدارة وإنشاء وتوثيق ملف إعلامي لجميع منصات التواصل الإعلامي الفعالة في المملكة (منصة اكس، استغرام، يوتيوب) إعداد محتوى نصي ومرئي للنشر في المنصات وضع جدول للنشر وللمتابعة بصفة دورية تقديم تقرير دوري عن المنصات ونشاطها،	تقارير	إدارة منصات التواصل الاجتماعي	4
4	تقرير ربع سنوي عن أداء ونشاط المنصات وأبر التوصيات	تقارير	الرصد الإعلامي	5

6	التغطيات الاعلامية	تغطية	12
7	الحملات الإبداعية التكتيكية	حملة	<p>تقديم تقرير شهر للتغطيات الإعلامية والتجهيز لذلك</p> <p>2</p> <ul style="list-style-type: none"> - إعداد وكتابة فكرة تسويقية إبداعية على سبيل المثال وليس الحصر المناسبات الوطنية الرسمية والأعياد. - إعداد وتصميم التوجه الإبداعي للحملات، وتشتمل على التوجهات المقترحة للأفكار الإبداعية ورسالتها، الشعار النصي للحملة، تطوير وسم خاص للحملات "هاشتاق" - تنفيذ التصميم الرئيسية لكل حملة (Key Visuals). - تنفيذ كافة التصميم المصاحبة للحملة بعدة مقاسات على أن تشمل (منشورات منصات التواصل الاجتماعي، تصاميم انفوجرافيك، GIFs).
المجموع			
ضريبة القيمة المضافة 15%			
الإجمالي			

مكان تنفيذ الاعمال والخدمات:

- الرياض
- يتطلب تنفيذ العقد تواجد فريق العمل في مقر الجهة