

УТВЕРЖДАЮ
Ректор
учреждения образования
«Белорусский государственный
медицинский университет»
Рубникович С.П.
07.09.2026

ДОКУМЕНТЫ ПРОЦЕДУРЫ ЗАПРОСА ЦЕНОВЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

I. ПРИГЛАШЕНИЕ К УЧАСТИЮ В ПРОЦЕДУРЕ ЗАКУПКИ

Вид процедуры закупки	Процедура запроса ценовых предложений
Сведения о закупающей организации	
Наименование (для юридического лица) либо фамилия, собственное имя, отчество (при наличии) (для индивидуального предпринимателя)	Учреждение образования «Белорусский государственный медицинский университет»
Место нахождения (для юридического лица) либо место жительства (для индивидуального предпринимателя)	220083, г. Минск, пр-т Дзержинского, 83
Учетный номер плательщика (при наличии)	100582412
Сведения о процедуре запроса ценовых предложений	
Дата истечения срока для подготовки и подачи предложений	14.09.2026
Ориентировочная стоимость предмета закупки	27 000 бел. руб. (BYN)
Требования к участникам процедуры закупки, включая при необходимости перечень документов и (или) сведений, представляемых участниками процедуры закупки для подтверждения их соответствия установленным требованиям	1. В соответствии с Положением о порядке осуществления закупок товаров (работ, услуг) за счет собственных средств, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 7 апреля 2026 г. № 168 (далее – Положение № 168), к участникам предъявляются следующие требования: 1.1. юридическое или физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, на дату подачи предложения не должно быть включено в реестр поставщиков (подрядчиков, исполнителей), временно не допускаемых к закупкам (далее – реестр). Соответствие требованию подтверждается путем проверки

оператором электронной торговой площадки реестра.

1.2. физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, - участник процедуры закупки, лицо, осуществляющее полномочия единоличного исполнительного органа юридического лица - участника процедуры закупки, и лицо, имеющее право давать такому юридическому лицу обязательные для исполнения указания на основании учредительных документов или заключенного договора, не должны считаться подвергавшимися административному взысканию за административные правонарушения, предусмотренные в частях 1, 7, 8 и 10 статьи 14.4, частях 4 и 5 статьи 14.5 Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях;

1.3. отсутствие у участника процедуры закупки - физического лица, в том числе индивидуального предпринимателя, не снятой или не погашенной в установленном порядке судимости за преступления, предусмотренные в статьях 209 - 212, 216, 235, 243 - 243-3, 424 - 426, 429 - 432 и 455 Уголовного кодекса Республики Беларусь;

1.4. отсутствие у лица, осуществляющего полномочия единоличного исполнительного органа юридического лица - участника процедуры закупки, и лица, имеющего право давать такому юридическому лицу обязательные для исполнения указания на основании учредительных документов или заключенного договора, не снятой или не погашенной в установленном порядке судимости за преступления, предусмотренные в статьях 209 - 212, 216, 235, 243 - 243-3, 424 - 426, 429 - 432 и 455 Уголовного кодекса Республики Беларусь;

1.5. юридическое лицо не должно считаться подвергавшимся административному взысканию за административное правонарушение, предусмотренное в статье 24.59 Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях;

1.6. физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, не должно быть включено в перечень граждан Республики Беларусь, иностранных граждан или лиц без

	гражданства, причастных к экстремистской деятельности; 1.7. юридическое или физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, не должно быть включено в перечень организаций и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, причастных к террористической деятельности; 1.8. юридическое или физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, не должно быть включено в перечень организаций, формирований, индивидуальных предпринимателей, причастных к экстремистской деятельности; 1.9. юридическое или физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, с учетом положений пунктов 12 и 13 Положения о порядке осуществления закупок товаров (работ, услуг) за счет собственных средств, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь 07.04.2026 № 168 (далее – Положение) не должно быть аффилировано с закупающей организацией, организатором. <i>Соответствие требованиям, установленным подпунктами 1.2.-1.9. пункта 1, подтверждается заявлением участника по форме, определенной регламентом оператора электронной торговой площадки.</i> 2. Соответствие требованиям, установленным законодательством к юридическому лицу, в том числе индивидуальному предпринимателю, осуществляющему поставку товаров (выполнение работ, оказания услуг), являющихся предметом закупки подтверждается: <u>Резидентами Республики Беларусь</u> – копией свидетельства о государственной регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя. <u>Нерезидентами Республики Беларусь</u> – выпиской из торгового реестра страны регистрации лица или иным эквивалентным доказательством юридического статуса в соответствии с законодательством страны регистрации
Сведения о предмете закупки	

Лот № 1	
Наименование предмета закупки товаров (работ, услуг)	Организация контекстной рекламы государственного портала медицинского туризма Республики Беларусь clinicsbel.by в сети Интернет
Код группировки согласно ОКРБ 007-2012	73.11.11.000
Объем (количество)	1
Место поставки товаров (выполнения работ, оказания услуг)	В соответствии с приложением 1 «Требования к предмету закупки» и приложением 2 «Техническое задание»
Сроки поставки товаров (выполнения работ, оказания услуг)	6 месяцев с момента подписания договора обеими сторонами
Ориентировочная стоимость предмета закупки	27 000 бел. руб. (BYN)
Источник финансирования закупки	Внебюджетные средства
Описание предмета закупки	Описание предмета закупки содержится в приложении 1 «Требования к предмету закупки» и приложении 2 «Техническое задание»

II. ФОРМА, СРОКИ И ПОРЯДОК ОПЛАТЫ ТОВАРОВ (ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТ, ОКАЗАНИЯ УСЛУГ):

Заказчик производит расчеты за оказываемые по договору услуги ежемесячно на основании представленных Исполнителем не позднее 5 (пятого) числа месяца следующего за отчетным актов сдачи-приемки оказанных услуг в течение 10 (десяти) банковских дней с момента подписания их обеими Сторонами. Окончательный расчет за оказываемые Исполнителем услуги Заказчик производит в течение 10 (десяти) банковских дней на основании подписанного обеими Сторонами акта сдачи-приемки оказанных услуг, представленного Исполнителем не позднее 5 (пяти) рабочих дней после окончания оказания услуг.

III. НАИМЕНОВАНИЕ ВАЛЮТЫ, В КОТОРОЙ ДОЛЖНА БЫТЬ ВЫРАЖЕНА ЦЕНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ:

Цена предложения должна быть представлена:

Резидентами Республики Беларусь – белорусские рубли;

Нерезидентами Республики Беларусь – белорусские рубли.

IV. ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ СУММЫ ДОГОВОРА НА ЗАКУПКУ (ЦЕНЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ) С УЧЕТОМ ИЛИ БЕЗ УЧЕТА РАСХОДОВ НА ПЕРЕВОЗКУ, СТРАХОВАНИЕ, УПЛАТУ ТАМОЖЕННЫХ ПОШЛИН, НАЛОГОВ И ДРУГИХ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ:

Цена предложения должна формироваться участником с учетом всех затрат, включая налог на добавленную стоимость и другие налоги, сборы (пошлины), других обязательных платежей, предусмотренных законодательством Республики Беларусь, а также иные расходы, уплачиваемые участником в связи с исполнением договора, в случае признания его участником-победителем.

V. ПОРЯДОК И СРОК НАПРАВЛЕНИЯ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ РАЗЪЯСНЕНИЙ В ОТНОШЕНИИ ДОКУМЕНТАЦИИ О ЗАКУПКЕ:

Участник в праве обратиться к закупающей организации посредством электронной торговой площадки с запросом о разъяснении документов процедуры запроса ценовых предложений не позднее 2 (двух) рабочих дней до истечения срока для подготовки и подачи предложений. Ответ на запрос размещается посредством электронной торговой площадки не позднее одного рабочего дня до истечения срока для подготовки и подачи предложений.

VI. КРИТЕРИИ СРАВНЕНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЙ УЧАСТНИКОВ ПРОЦЕДУРЫ ЗАКУПКИ:

Победитель процедуры определяется по наименьшей стоимости.

Наименьшая стоимость соответствует первому месту, остальные места распределяются по мере увеличения стоимости.

В случае, если у несколькими Участниками предложена наименьшая цена, победителем признается Участник, предложение которого подано ранее других таких предложений.

VII. УСЛОВИЯ ДОПУСКА ТОВАРОВ ИНОСТРАННОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ И ПОСТАВЩИКОВ, ПРЕДЛАГАЮЩИХ ТАКИЕ ТОВАРЫ, К УЧАСТИЮ В ПРОЦЕДУРЕ ЗАКУПКИ:

Не установлены.

VIII. УСЛОВИЯ ПРИМЕНЕНИЯ ПРЕФЕРЕНЦИАЛЬНОЙ ПОПРАВКИ:

Не применяется.

IX. ПРИЗНАНИЕ ПОБЕДИТЕЛЕМ ЕДИНСТВЕННОГО УЧАСТНИКА КОНКУРЕНТНОЙ ПРОЦЕДУРЫ:

Комиссия по закупкам вправе признать победителем единственного участника процедуры закупки и заключить с ним договор на закупку, если его предложение соответствует требованиям документации о закупке.

X. ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И ФОРМЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ С УЧЕТОМ РЕГЛАМЕНТА ОПЕРАТОРА ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДКИ:

Предложение составляется участником на белорусском и (или) русском языках и подается посредством его размещения на электронной торговой площадке в срок для подготовки и подачи предложений.

Предложение должно содержать следующие сведения:

Сведения о процедуре запроса ценовых предложений	
Регистрационный номер процедуры закупки, присвоенный электронной торговой площадкой	
Сведения о предложении (лотах)	

Наименование предлагаемых товаров (работ, услуг)	
Описание предлагаемых товаров (работ, услуг)	
Страна происхождения товаров (работ, услуг)	
Объем (кол-во), ед. изм.	
Производитель (изготовитель) товаров (работ, услуг)	
Документы и (или) сведения, подтверждающие соответствие предмету закупки и требованиям к предмету закупки, установленным документами процедуры запроса ценовых предложений	
Цена предложения	
Заявление о согласии участника в случае признания его участником-победителем заключить договор на условиях, указанных в документах, его предложении и протоколе выбора участника-победителя	

Сведения об участнике	
Наименование (для юридического лица) либо фамилия, собственное имя, отчество (при наличии) (для физического лица, в том числе индивидуального предпринимателя)	
Место нахождения (для юридического лица) либо место жительства (для физического лица, в том числе индивидуального предпринимателя)	
Учетный номер плательщика (для юридического лица, индивидуального предпринимателя)	
Данные документа, удостоверяющего личность (номер, дата выдачи, орган, выдавший документ), - для физического лица, в том числе индивидуального предпринимателя	

Наименование документов: подтверждающих соответствие участника требованиям к участникам, установленным в соответствии с Положением О порядке осуществления закупок товаров (работ, услуг) за счет собственных средств, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 7 апреля 2026 г. № 168; подтверждающих соответствие требованиям, установленным законодательством к юридическому лицу, в том числе индивидуальному предпринимателю, осуществляющему поставку товаров (выполнение работ, оказания услуг), являющихся предметом закупки. иные документы, представление которых установлено документацией запроса ценовых предложений.	
---	--

XI. ДОГОВОР

Неотъемлемой частью документов процедуры запроса ценовых предложений является проект договора, разработанный в соответствии с требованиями законодательства и особенностями предмета закупки.

Ведущий специалист по организации закупок отдела изучения рынка товаров и материального обеспечения



А.И.Пышный

Приложение 1

Требования к предмету государственной закупки

Код по ОКРБ 007-2012, наименование в соответствии с ОКРБ 007-2012	73.11.11.000 — Услуги рекламных агентств полного цикла
Наименование предмета закупки	Организация контекстной рекламы государственного портала медицинского туризма Республики Беларусь clinicsbel.by в сети Интернет
Описание потребительских, технических и экономических показателей (характеристик) предмета закупки	Создание, настройка, запуск, ведение и оптимизация рекламных кампаний в Google Ads и Яндекс.Директ для продвижения государственного портала медицинского туризма Республики Беларусь clinicsbel.by в Республике Казахстан, Литовской Республике и Латвийской Республике, включая подготовку рекламных материалов, подбор ключевых слов, формирование и актуализацию перечня минус-слов, настройку аналитики и конверсий, пополнение рекламных кабинетов за счет средств, предусмотренных договором, мониторинг эффективности рекламных кампаний и предоставление отчетности в соответствии с техническим заданием.
Количество, ед. измерения	1 услуга
Срок, на который рассчитан закупаемый товар (работа, услуга)	6 месяцев с момента заключения договора
Ориентировочная стоимость закупки, руб.	27 000,00 BYN

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ
на оказание услуг по созданию, ведению и сопровождению рекламных
кампаний
государственного портала медицинского туризма Республики Беларусь
«Клиники Беларуси» (clinicsbel.by) в системах Google Ads и
Яндекс.Директ

1. Общие сведения

Наименование Заказчика	Учреждение образования «Белорусский государственный медицинский университет»
Проект	Государственный портал медицинского туризма Республики Беларусь «Клиники Беларуси»
Рекламируемый интернет-ресурс	https://clinicsbel.by/
Предмет закупки	Комплекс услуг по созданию, настройке, запуску, финансированию, ведению, сопровождению и оптимизации рекламных кампаний в системах Google Ads и Яндекс.Директ
Срок оказания услуг	6 месяцев с момента заключения договора
Ориентировочная стоимость закупки	27 000,00 (двадцать семь тысяч) белорусских рублей, включая рекламный бюджет, вознаграждение Исполнителя, налоги, сборы, комиссии и иные расходы
География продвижения	Республика Казахстан, Литовская Республика, Латвийская Республика

2. Цель и задачи оказания услуг

Цель: привлечение иностранных граждан для получения медицинской помощи в организациях здравоохранения Республики Беларусь посредством государственного портала медицинского туризма clinicsbel.by.

Основные задачи:

- привлечение на портал целевой аудитории из согласованных стран продвижения;
- увеличение количества целевых обращений иностранных граждан, заинтересованных в получении медицинской помощи в Республике Беларусь;
- продвижение общих запросов, связанных с лечением и медицинским туризмом в Беларуси, а также отдельных медицинских направлений, согласованных с Заказчиком;
- формирование управляемой системы рекламных кампаний с прозрачным учетом расходов, конверсий и стоимости целевого обращения;

- обеспечение максимально эффективного использования рекламного бюджета на протяжении всего срока оказания услуг.

3. География, языки и рекламные системы

Страна	Языки рекламы	Google Ads	Яндекс.Директ
Республика Казахстан	русский	50% бюджета, выделенного на Казахстан	50% бюджета, выделенного на Казахстан
Литовская Республика	русский, английский	100%	не используется
Латвийская Республика	русский, английский	100%	не используется

Рекламные кампании создаются отдельно по каждой стране, языку и продвигаемому направлению. Показ рекламы должен быть ограничен пользователями, фактически находящимися на территории соответствующей страны, если иное письменно не согласовано с Заказчиком.

Распределение общего рекламного бюджета между Республикой Казахстан, Литовской Республикой и Латвийской Республикой определяется на основании предложенной Исполнителем стратегии и подлежит обязательному письменному согласованию с Заказчиком до запуска кампаний. Распределение может корректироваться по результатам эффективности только по согласованию с Заказчиком.

4. Продвигаемые направления и посадочные страницы

В обязательном порядке должна быть создана и вестись рекламная кампания по общим запросам, связанным с лечением в Республике Беларусь, медицинским туризмом в Беларусь и получением медицинской помощи в организациях здравоохранения Республики Беларусь.

Перечень отдельных медицинских направлений и услуг, подлежащих продвижению, формируется Исполнителем с учетом поискового спроса и материалов портала и подлежит обязательному письменному согласованию с Заказчиком до запуска рекламных кампаний.

Исполнитель не вправе самостоятельно исключать, заменять либо добавлять медицинские направления без предварительного письменного согласования с Заказчиком.

Заказчик вправе изменять перечень продвигаемых направлений и посадочных страниц в течение срока действия договора без изменения общей стоимости договора. Исполнитель обязан приступить к реализации согласованных изменений в сроки, установленные настоящим техническим заданием.

Для каждой рекламной кампании Исполнитель подбирает релевантную посадочную страницу портала clinicsbel.by.

5. Перечень услуг

№	Наименование услуги	Описание
1	Разработка рекламной стратегии	Анализ портала, целевой аудитории, географии, языков, поискового спроса и конкурентной среды. Подготовка стратегии по странам, языкам, системам, направлениям, типам кампаний и распределению бюджета с последующим согласованием с Заказчиком.
2	Создание и настройка рекламных кабинетов	Создание и настройка кабинетов Google Ads и Яндекс.Директ на аккаунтах Заказчика, предоставление Заказчику полного административного доступа, подключение необходимых средств аналитики и оплаты.
3	Формирование семантического ядра	Сбор, группировка и актуализация ключевых слов по общим запросам «лечение в Беларуси» и по согласованным медицинским направлениям; подбор типов соответствия; формирование начального перечня минус-слов.
4	Разработка рекламных кампаний	Создание структуры кампаний отдельно по странам, языкам и направлениям; подготовка групп объявлений, расширений, быстрых ссылок, уточнений, UTM-меток, географического, временного и иного таргетинга.
5	Подготовка рекламных материалов	Разработка текстов объявлений, графических баннеров, адаптивных объявлений, изображений и иных материалов, необходимых для размещения в Google Ads и Яндекс.Директ, на основании логотипа и информации, предоставленных Заказчиком.
6	Настройка аналитики и конверсий	Проверка и/или настройка Google Analytics 4, Яндекс.Метрики, событий, целей и передачи конверсий в рекламные системы; настройка учета успешной отправки формы на каждой продвигаемой странице услуги.
7	Запуск рекламных кампаний	Загрузка, согласование и запуск поисковых кампаний. Дополнительные форматы Google Ads и Яндекс.Директ, включая контекстно-медийную рекламу, рекламные сети и ремаркетинг/ретаргетинг, применяются при наличии целесообразности, достаточной аудитории и после согласования с Заказчиком.
8	Пополнение рекламных кабинетов	Своевременное пополнение рекламных кабинетов Исполнителем в пределах стоимости договора, контроль остатка средств и предотвращение остановки кампаний по причине отсутствия бюджета.
9	Ведение и оптимизация	Постоянный мониторинг, анализ поисковых запросов, расширение минус-слов, исключение нецелевого трафика, корректировка ставок, стратегий, бюджетов, объявлений, аудиторий и площадок, проведение А/В-тестирования.
10	Отчетность и консультирование	Предоставление еженедельной, ежемесячной и итоговой отчетности, рекомендаций по повышению эффективности кампаний и посадочных страниц, консультаций Заказчику в течение всего срока действия договора.
11	Передача результатов и резервное копирование	Передача Заказчику доступов, экспортов, резервных копий, рекламных материалов, семантического ядра, списков минус-слов, настроек аналитики и иных результатов работ.

6. Требования к подготовке и запуску рекламных кампаний

До запуска рекламных кампаний Исполнитель обязан:

- провести аудит портала clinicsbel.by, действующих систем веб-аналитики и доступных посадочных страниц;
- подготовить и согласовать с Заказчиком рекламную стратегию, перечень продвигаемых направлений, посадочные страницы и первоначальное распределение бюджета;
- сформировать семантическое ядро отдельно по каждой стране, языку и медицинскому направлению;
- подготовить начальный перечень минус-слов и исключений, включая нецелевые, информационные, учебные, трудовые и иные запросы, не связанные с намерением получить медицинскую помощь в Беларуси;
- создать отдельные рекламные кампании по странам, языкам и направлениям;
- настроить географический, языковой, временной и при необходимости аудиторный таргетинг;
- подготовить не менее двух вариантов объявлений для тестирования в каждой основной группе объявлений, если это поддерживается рекламной системой;
- добавить корректные UTM-метки и обеспечить возможность определения источника, системы, кампании, страны, языка и продвигаемого направления;
- настроить и проверить цели, события и передачу конверсий до начала расходования рекламного бюджета;
- предоставить Заказчику на согласование тексты объявлений, графические материалы и ключевые настройки кампаний.

Запуск рекламных кампаний осуществляется не позднее 10 (десяти) рабочих дней с даты получения Исполнителем необходимых исходных материалов и доступов при условии своевременного согласования Заказчиком стратегии, направлений и рекламных материалов.

7. Требования к рекламным материалам

Заказчик предоставляет Исполнителю логотип проекта «Клиники Беларуси», адрес портала и необходимую справочную информацию. Исполнитель самостоятельно разрабатывает все текстовые и графические рекламные материалы, необходимые для проведения кампании.

Все рекламные материалы подлежат обязательному предварительному письменному согласованию с Заказчиком до публикации. Запуск несогласованных материалов не допускается.

Рекламные объявления должны быть разработаны отдельно для каждого языка и рынка.

Исполнитель обязан использовать изображения, шрифты и иные материалы на законных основаниях и гарантировать отсутствие нарушения авторских, смежных и иных прав третьих лиц.

При использовании инструментов искусственного интеллекта результаты должны быть проверены специалистом Исполнителя. Ответственность за достоверность, корректность, этичность и соответствие материалов законодательству и правилам рекламных систем несет Исполнитель.

Рекламные материалы не должны содержать недостоверные сведения, необоснованные гарантии результата лечения, дискриминационные формулировки либо утверждения, способные ввести пользователя в заблуждение.

8. Аналитика и целевое обращение

Под целевым обращением понимается успешная отправка пользователем формы обратной связи (заявки), размещенной на каждой продвигаемой странице медицинской услуги государственного портала clinicsbel.by. Нажатие кнопки отправки без успешной передачи формы целевым обращением не считается.

Исполнитель обязан:

- настроить отдельное отслеживание успешной отправки формы для каждой продвигаемой страницы и/или медицинского направления;
- обеспечить корректную передачу данных о конверсиях в Google Ads, Яндекс.Директ, Google Analytics 4 и Яндекс.Метрику;
- проверить работу целей и событий до запуска и регулярно контролировать их корректность на протяжении всего срока договора;
- исключить двойной учет одной и той же отправки, а также тестовые, ошибочные, технические и иные некорректные конверсии;
- обеспечить возможность формирования отчетности по количеству и стоимости целевых обращений отдельно по стране, рекламной системе, языку, кампании и продвигаемому медицинскому направлению;
- предоставлять Заказчику рекомендации по повышению конверсии посадочных страниц. Внесение изменений на портал осуществляется только по отдельному согласованию с Заказчиком.

9. Ведение, оптимизация и эффективность рекламных кампаний

Исполнитель обязан обеспечить максимально эффективное использование рекламного бюджета, регулярно оптимизировать рекламные кампании и стремиться к снижению стоимости целевого обращения при сохранении или увеличении их количества.

На протяжении всего срока оказания услуг Исполнитель обязан:

- ежедневно в рабочие дни контролировать работоспособность рекламных кампаний, остаток бюджета, статус объявлений и наличие технических ошибок;
- регулярно анализировать поисковые запросы, не реже одного раза в неделю расширять и актуализировать перечень минус-слов;
- своевременно исключать нецелевые поисковые запросы, площадки, аудитории и иной нецелевой трафик;

- расширять и актуализировать семантическое ядро с учетом фактического спроса и результатов кампаний;
- корректировать ставки, стратегии назначения ставок, дневные лимиты, расписание показов, устройства, географические и иные настройки;
- выявлять и отключать неэффективные ключевые слова, объявления, площадки и элементы кампаний;
- проводить А/В-тестирование текстов, заголовков, изображений и иных элементов объявлений;
- контролировать соответствие объявлений содержанию посадочных страниц и актуальность рекламной информации;
- оперативно устранять причины отклонения объявлений и информировать Заказчика о блокировках, ограничениях и изменениях правил рекламных систем;
- предлагать Заказчику обоснованное перераспределение бюджета между странами, системами, кампаниями и направлениями по результатам анализа эффективности;
- не допускать автоматического расходования бюджета без регулярного ручного контроля специалистом Исполнителя.

Для оценки эффективности применяется комплекс показателей: фактический расход рекламного бюджета, показы, клики, CTR, средняя стоимость клика (CPC), количество целевых обращений, коэффициент конверсии, стоимость целевого обращения (CPA), доля нецелевого трафика и иные согласованные показатели.

Заказчик вправе изменять перечень контролируемых показателей, приоритеты кампании и стратегию продвижения по результатам анализа без изменения общей стоимости договора, если такие изменения не выходят за пределы предмета закупки.

10. Взаимодействие с Заказчиком

Исполнитель обязан:

- назначить ответственного специалиста для взаимодействия с Заказчиком на весь срок действия договора;
- обеспечить возможность оперативной связи с ответственным специалистом по электронной почте и телефону в рабочее время;
- отвечать на запросы Заказчика в течение 1 (одного) рабочего дня с момента их получения;
- приступать к выполнению согласованных изменений рекламных кампаний не позднее 2 (двух) рабочих дней с момента получения соответствующего поручения Заказчика;
- незамедлительно информировать Заказчика об обстоятельствах, способных привести к остановке кампаний, нецелевому расходованию бюджета либо существенному снижению эффективности;
- предоставлять консультации по вопросам проведения рекламной кампании в течение всего срока действия договора;

- согласовывать с Заказчиком все существенные изменения стратегии, перечня направлений, посадочных страниц, бюджетов и рекламных материалов.

Письменным согласованием в рамках настоящего технического задания признается в том числе согласование посредством электронной почты уполномоченных представителей Сторон.

11. Отчетность

Исполнитель предоставляет Заказчику следующую отчетность:

- еженедельно, в последний рабочий день недели, — краткий оперативный отчет о расходах, кликах, целевых обращениях, выявленных проблемах, выполненных действиях и планах на следующую неделю;
- ежемесячно, не позднее 5-го рабочего дня месяца, следующего за отчетным, — подробный сводный отчет;
- по окончании договора, не позднее 5 (пяти) рабочих дней после завершения оказания услуг, — итоговый отчет за весь период рекламной кампании;
- по запросу Заказчика — дополнительные сведения, выгрузки и пояснения, необходимые для контроля исполнения договора.

Ежемесячный отчет должен содержать не менее следующих сведений:

- перечень выполненных работ и внесенных изменений;
- общую стоимость услуг, размер вознаграждения Исполнителя и фактическую сумму, направленную на размещение рекламы;
- подтверждение фактических расходов рекламного бюджета по данным рекламных кабинетов;
- остаток денежных средств и сведения о переносе неиспользованного бюджета;
- показы, клики, CTR, CPC, количество целевых обращений, коэффициент конверсии и CPA;
- разбивку показателей по странам, рекламным системам, языкам, кампаниям и продвигаемым медицинским направлениям;
- перечень наиболее эффективных и неэффективных кампаний, ключевых слов, поисковых запросов, объявлений и площадок;
- сведения о расширении семантического ядра, добавленных минус-словах и исключенном нецелевом трафике;
- описание проведенных А/В-тестов и результаты оптимизации;
- рекомендации по дальнейшему повышению эффективности кампаний и посадочных страниц.

Отчеты предоставляются в электронном виде. Табличные данные должны быть предоставлены в редактируемом формате. Заказчик должен иметь постоянный доступ к рекламным кабинетам и системам аналитики в течение всего срока действия договора.

12. Рекламные кабинеты, доступы и права на результаты работ

Все рекламные кабинеты создаются Исполнителем на аккаунтах Заказчика либо на адресах электронной почты, указанных Заказчиком. С момента создания Заказчику предоставляется полный административный доступ. Использование общего агентского кабинета в качестве единственного места хранения кампаний не допускается.

Исполнитель вправе подключить кабинеты к своему управляющему/агентскому аккаунту исключительно для ведения кампаний, при этом право Заказчика на полный административный доступ не может быть ограничено.

Пополнение рекламных кабинетов и оплата размещения рекламы осуществляются Исполнителем. По запросу Заказчика Исполнитель предоставляет подтверждающие сведения о пополнении и расходовании средств.

Все созданные рекламные кампании, объявления, семантическое ядро, списки минус-слов, графические материалы и иные результаты работ являются собственностью Заказчика.

Исключительные имущественные права на тексты, графические материалы и иные охраняемые результаты интеллектуальной деятельности, созданные Исполнителем в рамках договора, передаются Заказчику в полном объеме с момента оплаты соответствующих услуг, если иное не установлено договором.

Исполнитель не вправе ограничивать доступ Заказчика к результатам работ, удалять их, использовать в интересах третьих лиц либо размещать в портфолио без письменного согласия Заказчика.

По требованию Заказчика Исполнитель обязан предоставить экспорт (резервную копию) структуры рекламных кампаний, ключевых слов, минус-слов, объявлений, графических материалов, аудиторий, настроек таргетинга и конверсий, а также иных параметров кампаний.

По окончании договора Исполнитель обязан передать Заказчику все доступы, резервные копии, исходные материалы, отчеты и рекомендации, необходимые для дальнейшего ведения рекламных кампаний другим исполнителем.

13. Требования к Исполнителю

- опыт создания и ведения рекламных кампаний в Google Ads и Яндекс.Директ не менее 3 (трех) лет;
- наличие не менее 10 (десяти) завершенных проектов по ведению контекстной рекламы, подтверждаемых договорами, актами, отзывами либо иными документами;
- наличие специалистов, обладающих практическими навыками работы с Google Ads, Яндекс.Директ, Google Analytics 4 и Яндекс.Метрикой;
- способность самостоятельно осуществлять подготовку текстовых и графических рекламных материалов;

- возможность обеспечить пополнение рекламных кабинетов и непрерывность рекламных кампаний в течение всего срока договора;
- наличие требования о статусе официального партнера Google или Яндекса.