

О признании жалобы необоснованной

К.

**ФГБОУ ВО «НГПУ им. Козьмы
Минина»**

РЕШЕНИЕ

№052/01/18.1-1864/2021

25 июня 2021 года город Нижний Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области в составе:

- <...> - председателя комиссии

- <...> - члена комиссии,

- <...> - члена комиссии,

при
участии:

- <...> - представителя ФГБОУ ВО «НГПУ им. Козьмы Минина»
(доверенность),

- <...> - представителя ФГБОУ ВО «НГПУ им. Козьмы Минина»
(доверенность),

- <...> - представителя ФГБОУ ВО «НГПУ им. Козьмы Минина»
(доверенность),

представителя ФГБОУ ВО «НГПУ им. Козьмы Минина»

- <...>

представителя ФГБОУ ВО «НГПУ им. Козьмы Минина»
(Доверенность),

рассмотрев посредством видеоконференцсвязи жалобу К<...> (далее также — <...>, заявитель) на действия Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Нижегородский Государственный педагогический университет имени Козьмы Минина» (далее — ФГБОУ ВО «НГПУ им. К. Минина», заказчик) при проведении запроса котировок в электронной форме на право заключения договора по оказанию услуг по размещению информационных материалов о наборе абитуриентов в рамках приемной кампании ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, размещенное на сайте <https://zakupki.gov.ru/>, номер извещения 32110376019,

УСТАНОВИЛА:

В Нижегородское УФАС России поступила жалоба <...> на действия ФГБОУ ВО «НГПУ им. К. Минина» при проведении запроса котировок в электронной форме на право заключения договора по оказанию услуг по размещению информационных материалов о наборе абитуриентов в рамках приемной кампании ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, размещенное на сайте <https://zakupki.gov.ru/>, номер извещения 32110376019.

В своей жалобе заявитель сообщает о недобросовестных действиях заказчика при организации и проведении запроса котировок.

Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области приняло к рассмотрению жалобу <...> в порядке статьи 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон о защите конкуренции) и назначило её рассмотрение на 28.06.2021 (уведомление о рассмотрении жалобы от 22.06.2021 исх. №ОШ/12775/21).

Дело по существу рассмотрено 22.06.2021 посредством видеоконференцсвязи. В материалах дела имеются документы, подтверждающие надлежащее уведомление сторон о дате времени и месте рассмотрения дела.

Изучив доводы жалобы, заслушав представителей сторон, исследовав имеющиеся в деле материалы, Комиссия приходит к следующему.

Согласно общим правилам пунктов 1 и 2 статьи 11 Гражданского кодекса Российской Федерации защиту нарушенных или оспоренных гражданских прав осуществляет в соответствии с подведомственностью дел, установленной процессуальным законодательством, суд, арбитражный суд или третейский суд. Защита гражданских прав в административном порядке осуществляется лишь в случаях, предусмотренных законом.

Законом, предоставляющим заинтересованным лицам право на обжалование в административном порядке действий (бездействия) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии при организации и проведении торгов, проведение которых является обязательным в соответствии с законодательством Российской Федерации, является Закон о защите конкуренции, в частности положения статьи 18.1 данного Закона, вступившая в силу 6 января 2012 года.

По правилам части 1 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган рассматривает жалобы на действия (бездействие) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии при организации и проведении торгов, заключении договоров по результатам торгов или в случае, если торги, проведение которых является обязательным в соответствии с законодательством Российской Федерации, признаны несостоявшимися, за исключением жалоб, рассмотрение которых предусмотрено законодательством Российской Федерации о размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд.

Вместе с тем в соответствии с частью 2 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции действия (бездействие) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии могут быть обжалованы в антимонопольный орган лицами, подавшими заявки на участие в торгах, а в случае, если такое обжалование связано с нарушением установленного нормативными правовыми актами порядка размещения информации о проведении торгов, порядка подачи заявок на участие в торгах, также иным лицом (заявителем), права или законные интересы которого могут быть ущемлены или нарушены в результате нарушения порядка организации и проведения торгов.

Данная норма определяет круг лиц, уполномоченных направлять жалобы в антимонопольный орган.

Правом на обжалование действий (бездействия) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии

обладают:

- лица, подавшие заявки на участие в торгах;

- иные лица, права или законные интересы которых могут быть ущемлены или нарушены в результате нарушения установленного нормативными правовыми актами порядка размещения информации о проведении торгов, порядка подачи заявок на участие в торгах, нарушения порядка организации и проведения торгов.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что <...> обладает правом на обжалование действий заказчика.

Заявитель жалобы считает, что закупочная документация противоречит требованиям Федерального закона от 18.07.2011 №223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» (далее также – Закон о закупках).

Комиссия по делу №052/01/18.1-1864/2021, изучив представленные материалы, выслушав доводы сторон, в соответствии со статьей 18.1 Закона о защите конкуренции, установила следующее.

10.06.2021 18:44 заказчиком в единой информационной системе и на сайте оператора электронной площадки <http://www.torgi223.ru> размещено извещение о проведении запроса котировок в электронной форме на право заключения договора по оказанию услуг по размещению информационных материалов о наборе абитуриентов в рамках приемной кампании ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина», размещенное на сайте <https://zakupki.gov.ru/>, номер извещения 32110376019.

Согласно части 1 статьи 2 Закона о закупках при закупке товаров, работ, услуг заказчики руководствуются Конституцией Российской Федерации, Гражданским кодексом Российской Федерации, настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, а также принятыми в соответствии с ними и утвержденными с учетом положений части 3 названной статьи правовыми актами, регламентирующими правила закупки (далее - положение о закупке).

В соответствии с частью 2 статьи 2 Закона о закупках положение о закупке является документом, который регламентирует закупочную деятельность заказчика и должен содержать требования к закупке, в том числе порядок подготовки и осуществления закупок способами, указанными в частях 3.1 и 3.2 статьи 3 названного Федерального закона,

порядок и условия их применения, порядок заключения и исполнения договоров, а также иные связанные с обеспечением закупки положения.

В силу части 9 статьи 3.2 Закона о закупках для осуществления конкурентной закупки заказчик разрабатывает и утверждает документацию о закупке (за исключением проведения запроса котировок в электронной форме), которая размещается в единой информационной системе вместе с извещением об осуществлении закупки и включает в себя сведения, предусмотренные в том числе частью 10 статьи 4 настоящего Федерального закона.

Согласно части 1 статьи 3 Закона о закупках при закупке товаров, работ, услуг заказчики руководствуются следующими принципами:

- 1) информационная открытость закупки;
- 2) равноправие, справедливость, отсутствие дискриминации и необоснованных ограничений конкуренции по отношению к участникам закупки;
- 3) целевое и экономически эффективное расходование денежных средств на приобретение товаров, работ, услуг (с учетом при необходимости стоимости жизненного цикла закупаемой продукции) и реализация мер, направленных на сокращение издержек заказчика;
- 4) отсутствие ограничения допуска к участию в закупке путем установления не измеряемых требований к участникам закупки.

Заявитель утверждает, что объект рассматриваемой закупочной процедуры сформирован ненадлежащим образом — 1 лот содержит несколько видов услуг).

Объект закупки рассматриваемой закупочной процедуры указан в Техническом задании на оказание услуг по размещению информационных материалов о наборе абитуриентов в рамках приемной кампании ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина», являющемуся неотъемлемой частью извещения о проведении закупки.

Согласно разделу 2 технического задания, заказчик проводит торги на приобретение следующих услуг:

№ п/п	Наименование услуги	Требования к услуге
		Распределение бюджета рекламных кампаний по

продуктам:

80% - реклама ВУЗа

20% - специальности и направления подготовки

Распределение бюджета рекламных кампаний по социальным сетям:

40% - ВКонтакте;

50% - Instagram;

10% - Facebook.

Особенности размещения рекламы в социальной сети ВКонтакте, распределение бюджета:

40% - ТГБ (текстово-графический баннер) под блоком меню;

60% - промо-посты

Особенности размещения рекламы в социальной сети Facebook, распределение бюджета:

70% - промо-посты

30% - таргетированная реклама в блоке справа.

Особенности размещения рекламы в социальной сети Instagram.

50% - рекламные посты

50% - stories

Аудитория для таргетинга

География: Нижний и Нижегородская обл. – 80%
Владимирская обл.; Кировская обл.; Ивановская обл.;
Республика Коми; Республика Чувашия; Архангельская
обл.; Мурманская обл.; Тюменская обл.; Республика Саха
– 20%

Пол: мужчины – 40%, женщины 60%

Возраст:

— школьники (16-18 лет),

— будущие магистранты (22-25 лет)

— родители выпускников школ (от 35 лет)

1.

Размещение таргетированной рекламы в социальных сетях (ВКонтакте, Facebook, Instagram)

Интересы:

19-25 и 26-40 лет, интересы — высшее образование, институты, образование

16-55 лет, интересы — образование + высшее образование

Тематика сообщений и особенности коммуникации:

Информация о преимуществах ВУЗа: бюджетные места, преподавательский состав, уникальные программы и др.; информация о направлениях подготовки, факультетах, величине стипендий; описание перспектив обучения в ВУЗе: стипендии и гранты, доступные общежития, студенческая жизнь.

Необходим строгий контроль актуальности объявлений и своевременное изменение информации.

Текстовые и графические рекламные материалы (по шаблону Заказчика) изготавливаются Исполнителем в счет стоимости Услуг. Исполнитель направляет Заказчику на рассмотрение и утверждение Рекламные материалы, разработанные с учетом Заявки Заказчика. Заказчик рассматривает и утверждает Рекламные материалы либо представляет Исполнителю свои замечания в течение 2 (двух) дней с момента их получения. При наличии замечаний Заказчика, Рекламные материалы подлежат доработке и повторному предоставлению на рассмотрение и утверждение. Срок разработки Рекламных материалов, а также их доработки в соответствии с замечаниями Заказчика определяется Исполнителем самостоятельно с учетом установленной Заявкой Заказчика датой размещения Рекламных материалов, а также срока согласования Рекламных материалов с Заказчиком. Заказчик вправе давать указания по содержанию, стилистике и оформлению Рекламных материалов. Исполнитель обязан передать Заказчику исчерпывающую информацию обо всех результатах интеллектуальной деятельности, использованных для создания Рекламных материалов.

Качество коммуникаций в совокупности каналов таргетированной рекламы в соцсетях:

Не менее 150 тыс. показов в месяц, не менее 1000 кликов в месяц CTR не менее 0,5%

В зависимости от изменений условий рынка услуг по контекстной рекламе в социальных сетях Исполнитель

вправе предлагать Заказчику способы оптимизации рекламной кампании с целью достижения лучших результатов.

Исполнитель обязан предоставлять Заказчику аналитические данные по итогам каждой рекламной кампании в рамках соответствующей заявки Заказчика. Исполнитель обязан осуществлять настройку целей в метриках официального сайта Заказчика для каждой отдельной рекламной кампании в рамках соответствующей Заявки Заказчика.

Общий срок (период) рекламной кампании: с 01.07.2021 по 31.08.2021г.

Распределение бюджета рекламных кампаний по продуктам:

80% - реклама ВУЗа

20% - специальности и направления подготовки

Распределение бюджета рекламных кампаний по поисковым системам:

65% - Яндекс

35% - Google

Распределение по источникам трафика:

70% - мобильные устройства;

30% - десктопные устройства.

География: Нижний и Нижегородская обл. – 80%
Владимирская обл.; Кировская обл.; Ивановская обл.;
Республика Коми; Республика Чувашия; Архангельская обл.; Мурманская обл.; Тюменская обл.; Республика Саха – 20%

Приоритеты по частотности запросов:

Низкочастотные – 25%

Среднечастотные – 60%

Высокочастотные – 15%

Подготовка семантического ядра силами Исполнителя для уточнения технического задания и последующей оптимизации рекламной кампании.

2.

Размещение контекстной рекламы в поисковой выдаче Яндекс и Google по тематическим запросам

Основная тематика для ключевых слов: в какой вуз / в какой институт; вуз педагогический; вуз поступление; вузы Нижнего Новгорода; выбрать вуз; выбрать институт; выбрать университет; институт баллы; институты Нижнего Новгорода; куда поступить; Мининский университет; педагогический институт; педагогический университет; пединститут; поступать вуз; поступать институт; поступать университет; университет обучение; университеты Нижнего Новгорода

Особенности минус-слов:

стандартные минус-слова – пособие, учебники, материалы, технологии, колледж, техникум, Москва, личный кабинет и иные, слова, которые не позволят рационально использовать рекламный бюджет.

Качество коммуникаций в совокупности каналов контекстной рекламы в поисковых системах:

Не менее 50 тыс. показов в месяц, CTR не менее 5%.

В стоимость оказания услуг входит подготовка, настройка и полное ведение рекламной кампании с последующими аналитическими данными.

При клике на рекламное объявление переход осуществляется на посадочную страницу приемной кампании.

Текстовые и графические рекламные материалы (по шаблону Заказчика) изготавливаются Исполнителем в счет стоимости Услуг. Исполнитель направляет Заказчику на рассмотрение и утверждение Рекламные материалы, разработанные с учетом Заявки Заказчика в формате таблицы excel, выгруженной из рекламного кабинета Яндекс Директ или Google ADS, с привязками всех рекламных объявлений. Заказчик рассматривает и утверждает Рекламные материалы либо представляет Исполнителю свои замечания в течение 2 (двух) дней с момента их получения. При наличии замечаний Заказчика Рекламные материалы подлежат доработке и повторному предоставлению на рассмотрение и утверждение. Срок разработки Рекламных материалов, а также их доработки в соответствии с замечаниями Заказчика определяется Исполнителем самостоятельно с учетом установленной Заявкой Заказчика датой размещения Рекламных материалов, а также срока согласования Рекламных материалов с Заказчиком. Заказчик вправе давать указания по содержанию, стилистике и оформлению Рекламных материалов. Исполнитель обязан передать Заказчику исчерпывающую информацию обо

всех результатах интеллектуальной деятельности, использованных для создания Рекламных материалов.

В зависимости от изменений условий рынка услуг по контекстной рекламе Исполнитель вправе предлагать Заказчику способы оптимизации рекламной кампании с целью достижения лучших результатов.

Исполнитель обязан предоставлять Заказчику аналитические данные по итогам каждой рекламной кампании в рамках соответствующей заявки Заказчика. Исполнитель обязан осуществлять настройку целей в метриках официального сайта Заказчика для каждой отдельной рекламной кампании в рамках соответствующей Заявки Заказчика.

Общий срок (период) рекламной кампании: с 01.07.2021 по 31.08.2021г.

Распределение бюджета рекламных кампаний по продуктам:

80% - реклама ВУЗа

20% - специальности и направления подготовки

Распределение бюджета рекламных кампаний по сетям:

65% - Рекламная сеть Яндекса;

35% - Контекстно-медийная сеть Google

Распределение по источникам трафика:

70% - мобильные устройства;

30% - десктопные устройства.

География: Нижний и Нижегородская обл. – 80%
Владимирская обл.; Кировская обл.; Ивановская обл.;
Республика Коми; Республика Чувашия; Архангельская обл.; Мурманская обл.; Тюменская обл.; Республика Саха – 20%

Приоритеты по частотности запросов:

Низкочастотные – 25%

Среднечастотные – 60%

Высокочастотные – 15%

Подготовка семантического ядра силами Исполнителя для уточнения технического задания и последующей

3.

Размещение контекстной рекламы в РСЯ и КМС Google по тематическим запросам

оптимизации рекламной кампании.

Основная тематика для ключевых слов: в какой вуз / в какой институт; вуз педагогический; вуз поступление; вузы Нижнего Новгорода; выбрать вуз; выбрать институт; выбрать университет; институт баллы; институты Нижнего Новгорода; куда поступить; Мининский университет; педагогический институт; педагогический университет; пединститут; поступать вуз; поступать институт; поступать университет; университет обучение; университеты Нижнего Новгорода

Особенности минус-слов:

стандартные минус-слова – пособие, учебники, материалы, технологии, колледж, техникум, Москва, личный кабинет и иные, слова, которые не позволяют рационально использовать рекламный бюджет.

Качество коммуникаций в совокупности каналов контекстной поведенческой рекламы:

Не менее 250 тыс. показов в месяц, CTR не менее 0,5%,

При клике на рекламное объявление переход осуществляется на посадочную страницу приемной кампании.

В стоимость оказания услуг входит подготовка, настройка и полное ведение рекламной кампании с последующими аналитическими данными.

Исполнитель обязан предоставлять Заказчику аналитические данные по итогам каждой рекламной кампании в рамках соответствующей заявки Заказчика. Исполнитель обязан осуществлять настройку целей в метриках официального сайта Заказчика для каждой отдельной рекламной кампании в рамках соответствующей Заявки Заказчика.

В зависимости от изменений условий рынка услуг по контекстной рекламе Исполнитель вправе предлагать Заказчику способы оптимизации рекламной кампании с целью достижения лучших результатов.

Текстовые и графические рекламные материалы (по шаблону Заказчика) изготавливаются Исполнителем в счет стоимости Услуг. Исполнитель направляет Заказчику на рассмотрение и утверждение Рекламные материалы, разработанные с учетом Заявки Заказчика в формате таблицы excel, выгруженной из рекламного кабинета Яндекс Директ или Google ADS, с привязками всех рекламных объявлений. Заказчик рассматривает и

утверждает Рекламные материалы либо представляет Исполнителю свои замечания в течение 2 (двух) дней с момента их получения. При наличии замечаний Заказчика Рекламные материалы подлежат доработке и повторному предоставлению на рассмотрение и утверждение. Срок разработки Рекламных материалов, а также их доработки в соответствии с замечаниями Заказчика определяется Исполнителем самостоятельно с учетом установленной Заявкой Заказчика датой размещения Рекламных материалов, а также срока согласования Рекламных материалов с Заказчиком. Заказчик вправе давать указания по содержанию, стилистике и оформлению Рекламных материалов. Исполнитель обязан передать Заказчику исчерпывающую информацию обо всех результатах интеллектуальной деятельности, использованных для создания Рекламных материалов.

Общий срок (период) рекламной кампании: с 01.07.2021 по 31.08.2021г.

Распределение бюджета рекламных кампаний по продуктам:

80% - реклама ВУЗа

20% - специальности и направления подготовки

Распределение бюджета рекламных кампаний по сетям:

65% - Рекламная сеть Яндекса;

35% - Контекстно-медийная сеть Google

Распределение по источникам трафика:

70% - мобильные устройства;

30% - десктопные устройства.

Качество коммуникаций в совокупности каналов контекстной поведенческой рекламы:

Не менее 10 тыс. показов в месяц, CTR не менее 0,5%

Аудитория:

География: Нижний и Нижегородская обл. – 80%
Владимирская обл.; Кировская обл.; Ивановская обл.;
Республика Коми; Республика Чувашия; Архангельская обл.; Мурманская обл.; Тюменская обл.; Республика Саха – 20%

Пол: мужчины – 40%, женщины 60%

4.

Размещение поведенческой рекламы в РСЯ и КМС Google (ремаркетинг и ретаргетинг)

Возраст:

- школьники (16–18 лет),
- будущие магистранты (22–25 лет)
- родители выпускников школ (от 35 лет)

Интересы:

19–25 и 26–40 лет, интересы — высшее образование, институты, образование

16–55 лет, интересы — образование + высшее образование

Общий срок (период) рекламной кампании: с 01.07.2021 по 31.08.2021г.

При клике на рекламное объявление переход осуществляется на посадочную страницу приемной кампании.

В стоимость оказания услуг входит подготовка, настройка и полное ведение рекламной кампании с последующими аналитическими данными.

Исполнитель обязан предоставлять Заказчику аналитические данные по итогам каждой рекламной кампании в рамках соответствующей заявки Заказчика. Исполнитель обязан осуществлять настройку целей в метриках официального сайта Заказчика для каждой отдельной рекламной кампании в рамках соответствующей Заявки Заказчика.

В зависимости от изменений условий рынка услуг по контекстной рекламе Исполнитель вправе предлагать Заказчику способы оптимизации рекламной кампании с целью достижения лучших результатов.

Текстовые и графические рекламные материалы (по шаблону Заказчика) изготавливаются Исполнителем в счет стоимости Услуг. Исполнитель направляет Заказчику на рассмотрение и утверждение Рекламные материалы, разработанные с учетом Заявки Заказчика в формате таблицы excel, выгруженной из рекламного кабинета Яндекс Директ или Google ADS, с привязками всех рекламных объявлений. Заказчик рассматривает и утверждает Рекламные материалы либо представляет Исполнителю свои замечания в течение 2 (двух) дней с момента их получения. При наличии замечаний Заказчика

Рекламные материалы подлежат доработке и повторному предоставлению на рассмотрение и утверждение. Срок разработки Рекламных материалов, а также их доработки в соответствии с замечаниями Заказчика определяется Исполнителем самостоятельно с учетом установленной Заявкой Заказчика датой размещения Рекламных материалов, а также срока согласования Рекламных материалов с Заказчиком. Заказчик вправе давать указания по содержанию, стилистике и оформлению Рекламных материалов. Исполнитель обязан передать Заказчику исчерпывающую информацию обо всех результатах интеллектуальной деятельности, использованных для создания Рекламных материалов.

Особенности размещения:

Видеоплеер на страницах сайтов Rutube: www.rutube.ru, TNT-Online: www.tnt-online.ru, Dom2: www.dom2.ru, NewsTube: www.newstube.ru, система управления рекламой Invideo Network, KHL: www.khl.ru, Sportbox.ru: www.sportbox.ru, система Pladform, Система Relap, Система HyperX, ВКонтакте: www.vk.com, Rambler&Co, Friday: www.friday.ru, TV3: www.tv3.ru, 2x2: www.2X2tv.ru; Матч ТВ: www.matchtv.ru, Nickelodeon: www.nickelodeon.ru, РБК: www.rbc.ru, Иви.ру: www.ivy.ru Мобильная сеть ГПМД_In-screen (In-stream, Out-stream) Мобильная сеть ГПМД (Приложения: ivy.ru, [Rutube](http://rutube.ru), [TNT-club](http://tnt-club.ru), [ВКонтакте](http://vk.com), [SPBTV](http://spbtv.ru), [Flippy Knife](http://flippy-knife.ru), [Hungry Shark Evolution](http://hungry-shark-evolution.ru), Инди Кот: три-в-ряд, [Snake VS Block](http://snake-vs-block.ru), Слово за слово, [Superhex.io](http://superhex.io); Браузеры: www.ivy.ru, www.rutube.ru, www.tnt-online.ru, www.vk.com, www.ok.ru, www.2X2tv.ru, www.friday.ru, www.tv3.ru, www.dom2.ru, система Pladform, Система HyperX, www.khl.ru, система управления рекламой Invideo Network, www.matchtv.ru, www.sportbox.ru, [Rambler&Co](http://rambler.ru), РБК: www.rbc.ru; NewPole Video Network)

Формат размещения:

Трансляция промо – ролика перед основным видео контентом. Пользователь может скрыть промо -ролик после 10 секунд обязательного просмотра.

Аудитория:

География: Нижний Новгород и Нижегородская область

Пол: мужчины – 40%, женщины 60%

Возраст:

— школьники (16-18 лет),

— будущие магистранты (22-25 лет)

5.

Размещение видеорекламы на платформах онлайн - кинотеатров

— родители выпускников школ (от 35 лет)

Интересы:

19-25 и 26-40 лет, интересы — высшее образование, институты, образование

16-55 лет, интересы — образование + высшее образование

Качество коммуникаций в течение всего периода кампании:

не менее 300 000 показов и не менее 100 000 просмотров

В стоимость оказания услуг входит подготовка, настройка и полное ведение рекламной кампании с последующими аналитическими данными.

Исполнитель обязан предоставлять Заказчику аналитические данные по итогам каждой рекламной кампании в рамках соответствующей заявки Заказчика. Исполнитель обязан осуществлять настройку целей в метриках официального сайта Заказчика для каждой отдельной рекламной кампании в рамках соответствующей Заявки Заказчика.

Рекламные материалы (по шаблону Заказчика) изготавливаются Исполнителем в счет стоимости Услуг. Исполнитель направляет Заказчику на рассмотрение и утверждение Рекламные материалы, разработанные с учетом Заявки Заказчика в формате видеоролика. Заказчик рассматривает и утверждает Рекламные материалы либо представляет Исполнителю свои замечания в течение 2 (двух) дней с момента их получения. При наличии замечаний Заказчика Рекламные материалы подлежат доработке и повторному предоставлению на рассмотрение и утверждение. Срок разработки Рекламных материалов, а также их доработки в соответствии с замечаниями Заказчика определяется Исполнителем самостоятельно с учетом установленной Заявкой Заказчика датой размещения Рекламных материалов, а также срока согласования Рекламных материалов с Заказчиком. Заказчик вправе давать указания по содержанию, стилистике и оформлению Рекламных материалов. Исполнитель обязан передать Заказчику исчерпывающую информацию обо всех результатах интеллектуальной деятельности, использованных для создания Рекламных материалов.

Общий срок (период) рекламной кампании: с 01.07.2021 по 31.08.2021г.

6.	Размещение информационных материалов на наружных рекламных конструкциях	Исполнитель обеспечивает Заказчику создание макетов и изготовление рекламно-информационных материалов с последующим размещением на наружных рекламных конструкциях.
		Рекламные поверхности: Медиа Фасад пл. Революции.
		Формат размещения: 2 раза 10 секундный ролик в 5 минутном блоке
		Качество коммуникаций в течение всего периода кампании: не менее 396 показов за день и не менее 12276 показов за месяц
		Рекламные материалы (по шаблону Заказчика) изготавливаются Исполнителем в счет стоимости Услуг. Исполнитель направляет Заказчику на рассмотрение и утверждение Рекламные материалы, разработанные с учетом Заявки Заказчика в формате видеоролика. Заказчик рассматривает и утверждает Рекламные материалы либо представляет Исполнителю свои замечания в течение 2 (двух) дней с момента их получения. При наличии замечаний Заказчика Рекламные материалы подлежат доработке и повторному предоставлению на рассмотрение и утверждение. Срок разработки Рекламных материалов, а также их доработки в соответствии с замечаниями Заказчика определяется Исполнителем самостоятельно с учетом установленной Заявкой Заказчика датой размещения Рекламных материалов, а также срока согласования Рекламных материалов с Заказчиком. Заказчик вправе давать указания по содержанию, стилистике и оформлению Рекламных материалов. Исполнитель обязан передать Заказчику исчерпывающую информацию обо всех результатах интеллектуальной деятельности, использованных для создания Рекламных материалов.
		Срок размещения рекламы 2 календарных месяца. Период демонстрации – с 01.07.2021 по 31.08.2021г.
		Исполнитель обеспечивает Заказчику создание макетов и изготовление рекламно-информационных материалов с последующим размещением на информационных конструкциях внутри салона маршрутного такси
		Место размещения материала: информационные материалы видео-формата на широкоформатных HD-экраны 24 дюйма в салонах автобусов
		Формат размещения: видеоролик 15 сек

7.	Размещение информационных материалов на Indoor конструкциях в общественном транспорте	<p>Качество коммуникаций в течение всего периода кампании: 500 000 (Пятьсот тысяч)</p> <p>Рекламные материалы (по шаблону Заказчика) изготавливаются Исполнителем в счет стоимости Услуг. Исполнитель направляет Заказчику на рассмотрение и утверждение Рекламные материалы, разработанные с учетом Заявки Заказчика в формате видеоролика. Заказчик рассматривает и утверждает Рекламные материалы либо представляет Исполнителю свои замечания в течение 2 (двух) дней с момента их получения. При наличии замечаний Заказчика Рекламные материалы подлежат доработке и повторному предоставлению на рассмотрение и утверждение. Срок разработки Рекламных материалов, а также их доработки в соответствии с замечаниями Заказчика определяется Исполнителем самостоятельно с учетом установленной Заявкой Заказчика датой размещения Рекламных материалов, а также срока согласования Рекламных материалов с Заказчиком. Заказчик вправе давать указания по содержанию, стилистике и оформлению Рекламных материалов. Исполнитель обязан передать Заказчику исчерпывающую информацию обо всех результатах интеллектуальной деятельности, использованных для создания Рекламных материалов.</p> <p>Срок размещения рекламы 2 календарных месяца. Период демонстрации – с 01.07.2021 по 31.08.2021г.</p>
----	---	--

При анализе лота рассматриваемой закупочной процедуры, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к выводу, что в техническом задании представлены рекламные услуги по размещению информации, основным результатом которых является реклама, направленная на привлечение абитуриентов в Мининский университет. Данные услуги являются однородными и взаимозаменяемыми.

В ходе рассмотрения заказчик пояснил, что услуги, указанные в техническом задании относятся к одному коду ОКПД 273.11.19.000 «Услуги рекламные прочие».

На основании изложенного, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к выводу о необоснованности доводов жалобы <...>

На основании изложенного, руководствуясь статьей 18.1 (частями 17, 20), статьей 23 Федерального закона «О защите конкуренции», Комиссия Нижегородского УФАС России

РЕШИЛА:

Признать жалобу <...> на действия ФГБОУ ВО «НГПУ им. К. Минина» при проведении запроса котировок в электронной форме на право заключения договора по оказанию услуг по размещению информационных материалов о наборе абитуриентов в рамках приемной кампании ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, размещенное на сайте <https://zakupki.gov.ru/>, номер извещения 32110376019, необоснованной.

В соответствии с частью 23 статьи 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» настоящее решение может быть обжаловано в судебном порядке в течение трёх месяцев со дня его принятия

ВрИО заместителя руководителя

<...>

<...>

Члены комиссии

<...>

