



MINISTERUL EDUCAȚIEI  
Universitatea POLITEHNICA din București

Rector

Mihnea COSTOIU

## **DOCUMENTAȚIA DE ATRIBUIRE**

Servicii de marketing online – Ambasadori UPB – Elevi in sistem online

**Cod CPV: 79413000-2 Servicii de consultanta in gestiune marketing**

Director achizitii

Costel BIRSAN

Intocmit

Ramona Ghiburici



MINISTERUL EDUCAȚIEI  
Universitatea POLITEHNICA din București

## **STRUCTURA DOCUMENTAȚIEI DE ATRIBUIRE**

### **ACHIZIȚIA DE SERVICII**

Servicii de marketing online – Ambasadori UPB – Elevi in sistem online

**Secțiunea 1: Formulare**

**Secțiunea 2: Caietul de sarcini (specificații tehnice)**



MINISTERUL EDUCAȚIEI  
Universitatea POLITEHNICA din București

Formularul nr. 7.1  
(denumire/nume)

FORMULARUL PENTRU PROPUNEREA TEHNICĂ

Servicii de marketing online – Ambasadori UPB – Elevi in sistem online

Nr. crt.	Cerințele solicitate in documentație de atribuire	Conformitate	Răspuns cerințe (specificații oferite)*	Note, remarci, referiri literatura tehnică

*\*Notă: în completarea formularului se va preciza detaliat modul în care se vor îndeplini prevederile caietului de sarcini și nu se vor face precizări de genul "conform", "da" sau doar simple acceptări în dreptul acestora*

Data \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(nume, prenume și  
semnătură), L.S.

În calitate de \_\_\_\_\_, legal autorizat să semnez oferta pentru și în numele  
\_\_\_\_\_ (denumirea/numele operatorului economic)



MINISTERUL EDUCAȚIEI  
Universitatea POLITEHNICA din București

OPERATOR ECONOMIC  
(denumirea/numele)

Formular nr. 10

FORMULAR DE OFERTĂ

Către: Universitatea Politehnica din București, Splaiul Independenței 313, biroul R102-104, sector 6, București

1.Examinând documentația de atribuire, subsemnatul(ții), reprezentant(ți) ai ofertantului \_\_\_\_\_ (denumirea/numele ofertantului) mă/ne ofer(im) ca, în conformitate cu prevederile și cerințele cuprinse în documentația mai sus menționată, să prestăm

**Servicii de marketing online – Ambasadori UPB – Elevi in sistem online – în conformitate cu specificațiile caietului de sarcini** conform prețurilor unitare detaliate în centralizatorul de prețuri anexat la prezentul formular de ofertă, pe baza cărora se va stabili valoarea totală a contractului, plătită după recepția serviciilor. Ne angajăm să prestăm

**Servicii de marketing online – Ambasadori UPB – Elevi in sistem online – în conformitate cu specificațiile caietului de sarcini** pentru suma de \_\_\_\_\_ (moneda ofertei).  
(suma in litere si in cifre)

plătibilă după recepția produselor/serviciilor/lucrarilor, la care se adaugă taxa pe valoarea adăugată în valoare de \_\_\_\_\_. (suma in litere)

2. Mă/Ne angajăm ca, în cazul în care oferta mea/noastră este stabilită câștigătoare, să prestez/prestăm serviciile din anexă, în graficul de timp solicitat de autoritatea contractantă (se va indica Anexa la formular);

3.Mă/Ne angajez/angajăm să mențin(em) această ofertă valabilă pentru o durată de 90 zile (*durata în litere și cifre*), respectiv până la data de \_\_\_\_\_ (*ziua/luna/anul*) și ea va rămâne obligatorie pentru mine/noi și poate fi acceptată oricând înainte de expirarea perioadei de valabilitate.

4.Precizez/Precizăm că: (se bifează opțiunea corespunzătoare)

depun(em) ofertă alternativă, ale carei detalii sunt prezentate într-un formular de ofertă separat, marcat în mod clar „alternativă”/”altă ofertă”.

nu depun(em) ofertă alternativă.

5.Până la încheierea și semnarea contractului de achiziție publică aceasta ofertă, împreună cu comunicarea transmisă de dumneavoastră, prin care oferta mea/noastră este acceptată ca fiind câștigătoare, vor constitui un contract angajant între noi.

6.Înțelegem că nu sunteți obligați să acceptați oferta cu cel mai scăzut preț sau orice ofertă primită.

Data \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

.....  
(nume, prenume și semnătură), L.S.

În calitate de \_\_\_\_\_, legal autorizat să semnez oferta pentru și în numele  
\_\_\_\_\_ (denumirea/numele operatorului economic)



MINISTERUL EDUCAȚIEI  
Universitatea POLITEHNICA din București

**Anexa la Formularul de Ofertă – Centralizator de Prețuri**

<b>NR. CRT</b>	<b>DENUMIRE PRODUSE / SERVICII</b>	<b>PREȚ UNITAR LEI FĂRĂ TVA</b>	<b>PREȚ TOTAL LEI FĂRĂ TVA</b>
1	<b>Servicii de marketing online</b>		
<b>TOTAL</b>			



MINISTERUL EDUCAȚIEI  
**Universitatea POLITEHNICA din București**  
Splaiul Independenței nr. 313, București - 77206, ROMÂNIA  
Telefon: 021.402.92.05; Fax: 021.402.93.72

---

## **CAIET DE SARCINI**

**ACHIZIȚIE SERVICII DE MARKETING ONLINE**  
**în cadrul proiectului Ambasadori UPB – Elevi în sistem online**



## CUPRINS

### CAP. I – CONTEXTUL ACHIZIȚIEI DE SERVICII

### CAP. II – CERINȚE MINIME PRIVIND SERVICIILE SOLICITATE

#### II.1. – Cerințe generale

#### II.2. – Cerințe (specificații) tehnice specifice

#### II.3. – Obligații care revin prestatorului de servicii

### CAP. III – PRECIZĂRI PRIVIND MODUL DE ELABORARE A PROPUNERII TEHNICE

### CAP. IV – RAPORTAREA ACTIVITĂȚILOR, CONDIȚII DE RECEPȚIE ȘI PLATĂ A SERVICIILOR PRESTATE



## **CAP. I. CONTEXTUL ACHIZITIEI DE SERVICII**

Universitatea POLITEHNICA din București (U.P.B.) își asumă misiunea de a pregăti specialiști în diferite domenii tehnice, capabili de a utiliza cunoștințe științifice, tehnice și cultural-umaniste valoroase, de a contribui la progresul tehnologic, economic și social-cultural al societății românești și al lumii contemporane.

În acest context general, achiziția privind serviciile de marketing online este necesară pentru buna desfășurare a proiectului *Ambasadori UPB – Elevi în sistem online*.

În cadrul proiectului Ambasadori UPB-Elevi în sistem online, 100 de studenți ai Universității POLITEHNICA din București și 200 de elevi cu rezultate remarcabile obținute în ultimul an școlar finalizat, la materiile cu profil real (fizică, matematică, chimie, informatică, economie) vor participa la un program online de pregătire/formare/dezvoltare prin intermediul căruia aceștia vor beneficia de pregătirea necesară pentru a deveni promotori ai beneficiilor accederii la sistemul de învățământ tehnic.

Ulterior acestui program online de pregătire/formare/dezvoltare, fiecare participant student și elev va putea organiza în unitatea de învățământ liceal de proveniență activități continue de promovare a domeniilor ingineresti și științifice, care să conducă la îmbunătățirea participării în învățământul terțiar.

De asemenea, cu scopul sporirii vizibilității domeniilor ingineresti și științifice și creșterii prestigiului învățământului superior din țara noastră, la nivel național, prin proiect se vor achiziționa servicii de marketing online. În realizarea strategiei de marketing online se va ține seama de necesitatea compatibilizării strategiilor de comunicare și promovare cu cerințele societății bazate pe cunoaștere și de preferințele de consum de publicitate media și online. În baza strategiei de marketing realizate, se vor crea materiale aliniate cerințelor societății ce vor fi promovate la nivel național, prin intermediul unor panouri stradale.

## **CAP. II – CERINTE MINIME PRIVIND SERVICIILE SOLICITATE**

### **II.1. Cerințe generale**

Prezentul capitol reglementează regulile de bază care trebuie respectate astfel încât potențialii ofertanți să elaboreze propunerea tehnică corespunzător cu necesitățile autorității contractante, pentru asigurarea serviciilor.

Ofertarea de servicii cu caracteristici tehnice inferioare celor prevăzute în prezentul Caiet de sarcini sau de servicii care nu satisfac, în totalitate, cerințele Caietului de sarcini, va determina declararea neconformității ofertei respective și, în consecință, respingerea acesteia.

Serviciile care fac obiectul prezentului Caiet de sarcini vor fi prestate cu respectarea condițiilor minime din prezentul caiet de sarcini.

**NOTĂ:** Vor fi acceptate ofertele care oferă performanțe egale sau superioare celor specificate.





## II.2. Cerințe (specificații) tehnice specifice

**Obiectiv:** Prestarea serviciilor de marketing online în cadrul proiectului **Ambasadori UPB – Elevi în sistem online**, ce presupune elaborarea unei strategii de comunicare online cu elevii din sistemul de învățământ preuniversitar.

**Locație:** Universitatea POLITEHNICA din București (Splaiul Independenței nr. 313, Sector 6, București), Clădirea Bibliotecii Centrale, Corp A.

### **Descriere:**

Strategia de comunicare online propusă de Prestator va include cel puțin următoarele elemente:

#### 1. Analiza situației actuale (website, pagini social media):

Prestatorul va realiza un audit al platformelor de comunicare online utilizate curent de către Beneficiar, analizând din punct de vedere calitativ și cantitativ comunicarea derulată. Analiza va include aspecte tehnice și de conținut, urmând ca recomandările Prestatorului să adreseze toate aspectele necesar a fi îmbunătățite, modificate sau integrate din fiecare perspectivă în parte, cu recomandări specifice și argumentate. Auditul va considera întreaga structură a Beneficiarului atât în materie de universitate, cât și de facultăți pe care acesta le integrează. Drept urmare, vor fi identificate în analiză toate platformele și conturile de comunicare aparținând Beneficiarului.

#### 2. Analiza competiției:

Prestatorul va determina competitorii direcți ai Beneficiarului, analizând atât din punct de vedere local (în România), cât și internațional.

Analiza trebuie să includă un sumar al comunicării online abordate de către principalii competitori, încadrând programele de licență și respectiv de masterat.

În cadrul analizei se vor explicita tendințele determinate și eventuale rezultate relevante înregistrate de competitorii direcți în comunicarea online.

#### 3. Analiza de produs și servicii și prezența acestora în comunicarea online:

Prestatorul va audita prezența produselor și/sau serviciilor Beneficiarului în comunicarea sa online, inventariind modul de promovare a acestora în cadrul platformelor online proprii.

#### 4. Analiza prezenței în spațiul media online, în surse independente de Beneficiar:

Prestatorul va analiza și prezenta rezultatele prezenței Beneficiarului în spațiul media online și în social media, auditând principalele surse de conținut din perspectiva calitativă și cantitativă.

Analiza va fi însoțită de recomandări specifice în vederea consolidării imaginii Beneficiarului prin conținut online livrat prin platforme care nu aparțin Beneficiarului.

#### 5. Analiza publicului țintă și profilarea acestuia:

Prestatorul va determina publicul țintă pentru fiecare tip de produs identificat la punctul 3.

Analiza va include segmentarea publicului țintă în funcție de criterii socio-demografice și de interese. Prestatorul va realiza de asemenea maparea publicului țintă în funcție de obiceiurile de consum online ale acestuia și de canalele de comunicare relevante pentru fiecare segment în parte.



6. Analiza SWOT privind relația dintre Beneficiar și publicul țintă în comunicarea online:

În baza analizelor derulate la punctele 1-5, Prestatorul va realiza analiza SWOT a relației dintre Beneficiar și publicul său țintă segmentat, concluziile SWOT generând o serie de recomandări ale Prestatorului privind îmbunătățirea comunicării online a Beneficiarului.

7. Stabilirea pâlniei de conversie:

În baza analizelor derulate, Prestatorul va transpune informația în pâlnia de conversie a targetului identificat și segmentat, identificând rolul și elementele de comunicare online care intervin în proces.

8. Stabilirea canalelor de comunicare:

Prestatorul va propune maparea canalelor de comunicare pe fiecare segment de public țintă relevant și tipul de conținut recomandat a fi utilizat în comunicarea online pe aceste canale.

9. Stabilirea diferențiatorilor în comunicare:

Prestatorul va analiza și propune diferențiatori ai Beneficiarului meniți să sprijine comunicarea sa online. Acesta va mapa mesajele cheie care vor susține diferențiatorii identificați și/sau propuși.

10. Stabilirea direcțiilor de comunicare

Strategia de comunicare va include principalele direcții de comunicare propuse a fi abordate în comunicarea online a Beneficiarului, clasate în funcție de interesele segmentelor de public țintă identificate.

11. Propuneri de mesaje cheie:

Prestatorul va propune tipologii și exemple de mesaje cheie (minimum 3), care să genereze interesul publicului țintă, implicarea acestuia într-o comunicare activă cu Beneficiarul și care să susțină diferențiatorii identificați și propuși în strategia de comunicare a Beneficiarului.

12. Stabilirea principiilor de comunicare:

Considerând analizele derulate, Prestatorul va recomanda principiile de comunicare online a Beneficiarului, incluzând fără a se limita la: tonalitate, vectori de imagine, tipologii de subiecte și mesaje adresate publicului țintă identificat.

13. Stabilirea calendarului de comunicare:

Propunerea Prestatorului va include exemplificări de calendar de comunicare mapate pe publicul țintă, canalele de comunicare online, produsele și serviciile puse la dispoziție de către Beneficiar.

Propunerile de calendar vor integra propuneri de direcții și activări a fi abordate în comunicarea online.

14. Bugetarea serviciilor și resurselor identificate drept necesare în comunicarea online:

Prestatorul va pune la dispoziția Beneficiarului un buget estimat care să acopere resursele necesare independente de Beneficiar în derularea propunerii de strategie de comunicare online.

15. Metodologie de analiză a rezultatelor comunicării online:

Prestatorul va propune indicatorii de performanță ai comunicării online derulate de către Beneficiar și modalitatea de măsurare și raportare a acestora.

**Perioadă:** Serviciile vor fi prestate în perioada Septembrie - Noiembrie 2021.



Prestatorul va trebui să prezinte în cadrul ofertei modul de organizare a activității sale pentru a respecta obiectul contractului. De asemenea, va descrie detaliat metodele folosite pentru îndeplinirea și respectarea pachetului de servicii. Descrierea trebuie să fie suficient de clară astfel încât să se poată identifica rezultatele pentru fiecare activitate.

### **II.3. – Obligații care revin prestatorului de servicii**

Prestatorul are obligația de a executa serviciile prevăzute în contract cu profesionalism și promptitudine în conformitate cu prevederile caietului de sarcini.

Prestatorul are obligația să informeze, în mod corect și complet, autoritatea contractantă cu privire la caracteristicile esențiale ale serviciilor ce se vor presta, prin conturarea unei imagini precise a ofertei (ofertelor) sale, cu scopul de a asigura și apăra respectarea drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor.

Prestatorul are obligația să anunțe autoritatea contractantă/achizitorul, în scris, în cel mai scurt timp, despre orice schimbări neprevăzute ce s-ar putea ivi, înaintea sau în timpul prestării serviciilor.

Prestatorul este pe deplin responsabil pentru execuția serviciilor.

## **CAP. III – PRECIZĂRI PRIVIND MODUL DE ELABORARE A PROPUNERII TEHNICE**

Prin Propunerea Tehnică depusă, ofertantul are obligația de a face dovada conformității serviciilor care urmează a fi prestate cu cerințele prevăzute în Caietul de sarcini.

Prin Propunerea Tehnică, ofertanții vor prezenta descrierea detaliată a serviciilor oferite, precum și alte informații considerate semnificative pentru evaluarea corespunzătoare a propunerii tehnice.

Prin Propunerea Tehnică, în ceea ce privește descrierea tehnică a serviciilor, ofertanții vor trebui să demonstreze corespondența strictă a acestora cu specificațiile tehnice solicitate de autoritatea contractantă.

În urma evaluării tehnice, vor fi considerate admisibile numai acele oferte care îndeplinesc elementele obligatorii, conform specificațiilor din caietul de sarcini al achiziției.

## **CAP. IV – RAPORTAREA ACTIVITĂȚILOR. CONDIȚII DE RECEPȚIE ȘI PLATĂ A SERVICIILOR PRESTATE**

Plata contravalorii serviciilor prestate se va face în lei, pe baza facturii fiscale, cu ordin de plată, după prestarea și recepția serviciilor.

Plata serviciilor prestate se va efectua în termen de maxim 30 de zile de la primirea de către Achizitor a facturii emise de Ofertant la încheierea perioadei serviciilor prestate, încheiere consemnată prin recepția calitativă și cantitativă a serviciilor.



MINISTERUL EDUCAȚIEI  
**Universitatea POLITEHNICA din București**

---

Splaiul Independenței nr. 313, București - 77206, ROMÂNIA  
Telefon: 021.402.92.05; Fax: 021.402.93.72

Recepția serviciilor va fi consemnată printr-un proces verbal de recepție întocmit în două exemplare, unul pentru Achizitor și unul pentru Prestator.

Documente care vor însoți factura: procesul verbal de recepție.

**Întocmit,**

**Alexandra Comăndaru**

Șef birou

Biroul Centrul de Cultură, Voluntariat, Sport și Activități Recreative