

Nr. înregistrare: UVT2026-037206/ 21.05.2026

CAIET DE SARCINI pentru achiziția de servicii de promovare social media

1. INTRODUCERE

1.1. Autoritatea Contractantă

Autoritatea contractantă este Universitatea de Vest din Timișoara (UVT), cu sediul în Timișoara, Bd. Vasile Pârvan nr. 4, jud. Timiș, numită în continuare „achizitor”.

1.2. Obiectul achiziției

Prezentul caiet de sarcini se referă la achiziționarea de servicii de promovare social media, servicii de strategie și consultanță de marketing și comunicare, precum și servicii de planificare, administrare și implementare a campaniilor de promovare plătită prin platforme digitale (Meta Ads, YouTube Ads, TikTok Ads sau echivalent), în vederea implementării proiectului intitulat „Centrul de Consiliere și Orientare în Cariera de Cercetător - regiunea de Vest” (cod 6/16.11.2022), finanțat prin Programul Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR).

1.3. Descriere generală

Serviciile de promovare social media, serviciile de strategie și consultanță de marketing și comunicare, precum și serviciile de planificare, administrare și implementare a campaniilor de promovare plătită prin platforme digitale vor fi achiziționate conform caracteristicilor și termenelor detaliate în prezentul caiet de sarcini. Serviciile prestate vor trebui să respecte condițiile privind securitatea datelor, utilizarea informațiilor și a materialelor protejate prin drepturi de autor, precum și prelucrarea datelor cu caracter personal, în conformitate cu legislația în vigoare. Prestatorul garantează că toate materialele utilizate în cadrul campaniilor respectă legislația privind drepturile de autor și drepturile conexe și că deține drepturile necesare utilizării acestora.

1.4. Descrierea situației actuale

Proiectul în cadrul căruia urmează a fi prestate serviciile de promovare social media, serviciile de strategie și consultanță de marketing și comunicare, precum și serviciile de planificare, administrare și implementare a campaniilor de promovare plătită prin platforme digitale este finanțat prin Programul Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR), Pilonul III „Creștere inteligentă, sustenabilă și favorabilă incluziunii, inclusiv coeziune economică, locuri de muncă, productivitate, competitivitate, cercetare, dezvoltare și inovare, precum și o piață internă funcțională, cu întreprinderi mici și mijlocii (IMM-uri) puternice”, Componenta C9 „Suport pentru sectorul privat, cercetare, dezvoltare și inovare”, Investiția I10 „Înființarea și susținerea financiară a unei rețele naționale de opt centre regionale de orientare în carieră ca parte a ERA TALENT PLATFORM”, Apel de proiecte PNRR-III-C9-2022-I10.

Obiectivul general al proiectului constă în crearea, la nivelul Universității de Vest din Timișoara, a unui centru regional de consiliere și orientare în cariera de cercetător, în vederea promovării carierei de cercetător în rândul tinerilor și dezvoltării interesului acestora, precum și al publicului larg pentru cercetarea românească.

Proiectul vizează:

- atragerea și consolidarea carierei de cercetător prin derularea unor activități specifice de gestionare a carierei academice și implementarea unor programe avansate/personalizate pentru cercetători și pentru persoanele interesate de dezvoltarea unei cariere în cercetare, la nivelul regiunii de dezvoltare Vest a României;
- promovarea rezultatelor cercetării în rândul tinerilor, al comunităților locale și al publicului larg din regiunea de dezvoltare Vest a României, pentru a evidenția importanța cercetării în dezvoltarea economică și socială a comunității;
- creșterea atractivității sistemului național CDI și a capacității de absorbție a fondurilor europene, în special prin participarea la programul-cadru de cercetare și inovare al Uniunii Europene – Orizont Europa și la parteneriatele europene CDI, în rândul comunității de cercetare din regiunea de dezvoltare Vest a României.

2. OBIECTIVELE ACHIZIȚIEI

În vederea diseminării eficiente a rezultatelor cercetării și a creșterii vizibilității acestora, a popularizării științei și a proiectului într-un context național și internațional competitiv, este necesară contractarea unui

prestator specializat, capabil să asigure servicii de promovare social media, strategie de marketing și comunicare, precum și administrarea campaniilor de promovare digitală.

Obiectul contractului îl reprezintă furnizarea de servicii de promovare și diseminare a rezultatelor cercetării științifice, popularizare a științei și a proiectului prin intermediul:

- promovării social media;
- elaborării și implementării unei strategii de marketing și comunicare;
- planificării, administrării și implementării campaniilor de promovare plătită prin platformele digitale Meta Ads, TikTok Ads, YouTube Ads sau echivalent;
- realizării de conținut adaptat platformelor digitale, sub formă de materiale grafice, animații, vizualuri, texte, bannere sau alte materiale de promovare, utilizând materiale generate de prestator și resurse puse la dispoziție de către achizitor (videoclipuri);
- dezvoltării și implementării campaniilor de informare și promovare dedicate publicului țintă al proiectului.

Prestatorul va avea responsabilitatea asupra planificării, coordonării, implementării și monitorizării activităților de promovare social media și promovare digitală prevăzute în prezentul caiet de sarcini.

Minimum 40% din valoarea totală a contractului, fără TVA, va fi alocată exclusiv bugetului efectiv de promovare plătită (media spend), reprezentând costurile directe facturate de platformele de promovare digitală.

3. CERINȚE PRIVIND SERVICIILE SOLICITATE

3.1. Domeniul serviciilor

Prestatorul va avea obligația de a elabora și prezenta achizitorului o strategie de promovare și comunicare pentru atingerea rezultatelor și indicatorilor prevăzuți în prezentul caiet de sarcini. Strategia va include propuneri privind direcțiile de comunicare, tipurile de conținut, campaniile propuse, calendarul activităților, canalele de distribuție și modalitatea de atingere a publicului țintă.

Strategia poate include, fără a se limita la, concepte și formate de comunicare precum:

- serii de conținut adaptate platformelor TikTok, Instagram și YouTube;
- campanii interactive de tip quiz, poll sau Q&A privind cercetarea și știința;



Finanțat de
Uniunea Europeană
NextGenerationEU



Planul Național
de Redresare și Reziliență

- materiale grafice și animații explicative privind rezultatele cercetării;
- formate digitale de tip „curiozitatea zilei”, „descoperirea săptămânii” sau „concept explicat simplu”;
- campanii de engagement și awareness dedicate promovării cercetării în rândul tinerilor și al comunității locale;
- conținut adaptat tendințelor și specificului platformelor digitale utilizate;
- promovarea activităților și inițiativelor desfășurate în cadrul proiectului prin campanii social media dedicate.

Achizitorul își rezervă dreptul de a solicita modificarea, completarea, adaptarea, acceptarea sau respingerea strategiei propuse, ori de câte ori consideră necesar, până la aprobarea unei variante finale agreeate. Prestatorul are obligația de a transmite o versiune revizuită a strategiei în termen de maximum 72 de ore de la primirea feedback-ului transmis de achizitor.

De asemenea, toate materialele livrabile realizate în cadrul contractului (texte, vizualuri, materiale grafice, bannere, concepte de campanie, materiale pentru social media sau alte materiale de promovare) vor fi supuse aprobării achizitorului înainte de publicare sau distribuire. În cazul în care achizitorul solicită modificări sau transmite observații asupra materialelor livrate, prestatorul are obligația de a realiza și retransmite variantele actualizate în termen de maximum 72 de ore de la comunicarea feedback-ului. Pentru materiale complexe (serii de conținut, materiale multimedia extinse), termenul va fi stabilit de comun acord.

O parte din conținutul utilizat în cadrul campaniilor de promovare va fi pusă la dispoziție de către achizitor și o parte va fi realizată de către prestator, în funcție de strategia de comunicare și promovare propusă de acesta și aprobată de achizitor. În cadrul contractului vor fi realizate și utilizate minimum 15 acțiuni de promovare, constând în materiale grafice, bannere, texte sau alte formate adaptate platformelor digitale utilizate.

3.2. Profil grup țintă

- Studenți (ciclul licență, masterat)
- Doctoranzi
- Postdoctoranzi

- Cercetători, inclusiv cercetători seniori, cercetători străini ce derulează activități de cercetare în instituții gazdă din România, cu accent pe cercetători străini beneficiari ai investiției I8. „Dezvoltarea unui program pentru atragerea resurselor umane înalt specializate din străinătate în activități de cercetare, dezvoltare și inovare”
- Elevi (liceeni, școlari)
- Membri ai comunității din regiunea de dezvoltare Vest a României, publicul larg.

3.3. Rezultate așteptate - acțiuni de promovare

Prestatorul are obligația de a asigura realizarea următorilor indicatori minimi, în condițiile de calitate și relevanță prevăzute în prezentul caiet de sarcini:

Promovare în social media

Realizarea și implementarea a minimum 3 campanii de marketing online privind promovarea științei și cercetării în societate, derulate pe durata contractului, până la data de 18.06.2026, aferente unui număr de minimum 15 acțiuni de promovare și informare. Prin acțiune de promovare se înțelege o inițiativă distinctă de comunicare sau promovare, care poate include unul sau mai multe materiale de promovare.

În cadrul campaniilor vor fi realizate minimum 5 interviuri tip testimonial scrise cu cercetători, care vor include realizarea de către prestator a unei fotografii tip portret, redactarea unui material de prezentare a activității și rezultatelor cercetării a 5 cercetători din regiunea de Vest, precum și adaptarea și publicarea unui rezumat al interviului în format adecvat pentru promovarea în social media. Identificarea cercetătorilor și stabilirea interviurilor vor fi în sarcina prestatorului, cu aprobarea prealabilă a achizitorului.

Campaniile vor avea ca scop promovarea științei într-o manieră accesibilă publicului larg, utilizând instrumente și formate adaptate platformelor digitale și categoriilor de public vizate. Tematicile și direcțiile de comunicare ale acțiunilor vor fi stabilite prin strategia de marketing și comunicare elaborată împreună cu achizitorul.

Campaniile vor fi implementate astfel încât să contribuie la atingerea unui număr cumulat de minimum 80.000 utilizatori unici atinși (reach) ai activităților de promovare și informare derulate în mediul online și social media.

4. ASPECTE PRIVIND DEPUNEREA OFERTEI ȘI DERULAREA CONTRACTULUI

4.1. Aspecte relevante pentru depunere ofertei tehnico-financiare:

- ofertantul va demonstra experiență în implementarea de campanii de comunicare/promovare digitală prin prezentarea a minimum 2 proiecte similare realizate în ultimii 3 ani.
- în etapa de depunere a ofertei tehnico-financiare, ofertantul va prezenta componența echipei propuse pentru a gestiona prezentul proiect, rolurile persoanelor implicate;
- echipa prestatorului va participa pe toată durata derulării contractului la întâlniri cu echipa achizitorului, în vederea organizării activităților și analizei de conținut a materialelor ce urmează a fi publicate;
- ofertantul are obligația de a include în oferta tehnică o strategie de diseminare și promovare, care va constitui un element central în evaluarea ofertelor și în implementarea contractului. Strategia va include în mod obligatoriu descrierea abordării generale, definirea publicului țintă, propunerea și justificarea canalelor social-media, planul de distribuire, concepte pentru conținut, calendarul activităților, estimări de impact și modul de gestionare a relației cu cercetătorii. Strategia trebuie să fie coerentă, realistă și aplicabilă. Aceasta devine un document de referință în implementare și poate fi modificată pe parcurs la cerința achizitorului.

4.2. Graficul prestării serviciilor

- prestarea serviciilor va începe în ziua următoare semnării contractului;
- perioada de prestare a serviciilor este cuprinsă între următoarea zi după semnarea contractului și 18 iunie 2026, în baza unui grafic stabilit. În această perioadă, achizitorul va urmări permanent gradul de atingere a indicatorilor stabiliți.
- recepția serviciilor va fi realizată în data de 19.06.2026.
- materialele respinse de către achizitor vor fi refăcute fără costuri suplimentare, în termen de maximum 72 de ore de la transmiterea feedback-ului achizitorului.

5. Livrabile și KPI

- minimum 500.000 afișări (impressions) cumulate ale campaniilor derulate
- minimum 80.000 utilizatori unici atinși (reach)
- minimum 2 platforme folosite în promovarea plătită
- strategie de comunicare pe durata contractului, până la data de 18.06.2026
- minimum 3 campanii, aferente unui număr cumulat de minimum 15 acțiuni și materiale de promovare

- realizarea a minimum 5 interviuri scrise cu cercetători, însoțite de fotografii portret și conținut pentru social media.

Indicatorii de performanță vor fi calculați cumulativ pentru toate platformele utilizate în cadrul campaniilor și vor fi demonstrați prin rapoarte generate din platformele de promovare utilizate (Meta Business Suite, TikTok Ads Manager, YouTube Analytics sau echivalent).

6. RAPORTARE ȘI DREPTURI DE PROPRIETATE

- prestatorul va transmite achizitorului un raport tehnic și narativ cu privire la instrumentele de promovare utilizate și la nivelul indicatorilor de vizibilitate, precum și rezultatele obținute;
- prestatorul va transmite achizitorului dovezi de publicare, materiale realizate și rapoarte de performanță, la solicitare, inclusiv documente justificative privind costurile de promovare plătită (facturi emise de platformele digitale utilizate sau echivalent);

Toate materialele realizate în cadrul contractului, inclusiv materialele brute, variantele finale, materialele editabile, elementele grafice, fișierele sursă și alte resurse dezvoltate în cadrul proiectului, devin proprietatea Universității de Vest din Timișoara odată cu recepția acestora, fără limitări privind utilizarea, modificarea, distribuirea sau reutilizarea ulterioară de către achizitor.

Elemente existente care vor trebui utilizate/integrate

1. Identitate vizuală a finanțatorului proiectului (logo, antet, banner)
2. Website proiect (<https://cecocest.uvt.ro/>)
3. Pagină Instagram proiect (https://www.instagram.com/cecocest_vest/)
4. Pagină LinkedIn proiect (<https://www.linkedin.com/in/cecocest-b73491283/>)
5. Platformă Citizen Science Vest dezvoltată în cadrul proiectului (<https://citizenscience.uvt.ro/ro>)

7. RESPONSABILITĂȚI

Responsabilitățile achizitorului

- furnizarea elementelor de identitate vizuală;
- aprobarea materialelor;
- furnizarea informațiilor necesare;
- feedback în termen util pentru respectarea graficului de implementare.

Responsabilitățile prestatorului

- respectarea graficului;
- realizarea materialelor;
- raportare;
- respectarea identității vizuale;
- respectarea legislației.

8. CERINȚE TEHNICE ȘI CONTRACTUALE

Prestatorul va propune și implementa o abordare integrată de marketing și comunicare, orientată către creșterea vizibilității rezultatelor cercetării, comunicarea științei și a proiectului și comunicarea eficientă către publicul general și mediul economic.

Toate costurile aferente serviciilor de promovare, inclusiv costurile de publicare în social media, vor fi suportate de către prestator și incluse în oferta financiară prezentată.

Decizia finală asupra tuturor materialelor, conceptelor, canalelor de distribuție și formelor de prezentare aparține achizitorului, acesta având dreptul de a solicita modificări și adaptări ale materialelor propuse, în vederea alinierii acestora la obiectivele proiectului și la identitatea de comunicare.

Prețul contractului de achiziție publică este ferm, exprimat în lei pe toată durata de execuție a contractului. Prestatorul va răspunde pentru calitatea serviciilor prestate.

Plata se va efectua conform condițiilor contractuale.

Plata se face cu O.P. prin Trezorerie, în termen de 30 de zile de la semnarea, fără obiecțiuni, de către comisia de recepție a procesului-verbal de recepție, pe baza facturii emise de prestator.

Durata contractului va fi cuprinsă între data de atribuire a contractului, la finalizarea procedurii de achiziție publică, și 30.06.2026. Perioada de la recepția serviciilor până la data de 30.06.2026 este destinată activităților administrative, raportării finale, recepției și efectuării plăților.

9. ALTE PRECIZĂRI

Caietul de sarcini face parte integrantă din documentația de atribuire și constituie ansamblul cerințelor pe baza cărora se elaborează oferta tehnico-financiară de către fiecare ofertant.

Cerințele impuse vor fi considerate ca fiind minimale. În acest sens, orice ofertă prezentată care se abate de la prevederile caietului de sarcini va fi luată în considerare numai în măsura în care propunerea tehnică presupune asigurarea unui nivel calitativ superior cerințelor minimale din caietul de sarcini.

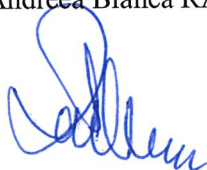
Ofertarea tehnică cu caracteristici inferioare celor prevăzute în caietul de sarcini atrage descalificarea ofertantului.

Specificațiile tehnice care indică o anumită origine, sursă, producție, un procedeu special, o marcă de fabrică sau de comerț, un brevet de invenție, o licență de fabricație sunt menționate doar pentru identificarea cu ușurință a tipului de produs/serviciu și NU au ca efect favorizarea sau eliminarea anumitor operatori economici sau a anumitor produse/servicii. Aceste specificații vor fi considerate ca având mențiunea „sau echivalent”.

Se va respecta ordinea de prezentare a specificațiilor din propunerea tehnică cu cea din caietul de sarcini pentru a permite identificarea facilă a corespondenței acestora cu cerințele tehnice minimale din caietul de sarcini.

Oferta va cuprinde obligatoriu specificațiile tehnice ale serviciilor solicitate, inclusiv asumarea livrabililor măsurabile conform solicitărilor, care vor atesta caracteristicile minime obligatorii solicitate prin caietul de sarcini.

Manager de proiect,
Andreea Bianca RADU



Întocmit,
Alexandra SZUROMI

