

Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava

Proiect transfrontalier „Educational University Romanian-Ukrainian Cross-Border Cooperation plus Virtual and Inclusive environment – UNIV.E.R.-U+VI”, cod ROUA00175

**CERERE DE OFERTĂ**  
**nr. DAP5574 din data 08.09.2026**

Achiziția de servicii

*Servicii de publicitate online și promovare digitală pentru Platforma Virtuală de Învățare (VLP)*

Stimate domnule/doamnă,

Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava implementează, în calitate de beneficiar, proiectul: **Proiect transfrontalier „Educational University Romanian-Ukrainian Cross-Border Cooperation plus Virtual and Inclusive environment – UNIV.E.R.-U+VI”, cod ROUA00175**, cofinanțat de Uniunea Europeană și intenționează să utilizeze o parte din fonduri pentru achiziția serviciilor pentru care a fost emisă prezenta cerere de ofertă.

**Cod CPV: 79341400-0 Servicii de campanii de publicitate**

În acest sens, sunteți invitați să trimiteți oferta dumneavoastră de preț, constând în:

| Nr. Crt. | Denumirea serviciilor                                                                            | UM       | Cant. |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------|
| 1.       | Servicii de publicitate online și promovare digitală pentru Platforma Virtuală de Învățare (VLP) | contract | 1     |

**Valoarea totală estimată a achiziției este de 5.371,90 euro fără TVA:**

| Denumire servicii                                                                                | Valoarea estimată fără TVA a serviciului (Euro) | Costurile incluse și ponderea lor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Servicii de publicitate online și promovare digitală pentru Platforma Virtuală de Învățare (VLP) | 5.371,90                                        | Servicii de strategie de marketing, producție de materiale media, derulare de campanii de publicitate plătită (PPC & Social Media) și raportare de performanță<br>Analiza tehnică a structurii și conținutului VLP<br>Elaborarea unui instrument / mecanism de urmărire/monitorizare a accesărilor, vizitelor, înregistrărilor, înscrierilor la cursuri și finalizărilor de cursuri și a instrumentelor de analiză disponibile |

**NOTĂ:**

Cerințele tehnice definite la nivelul cererii de ofertă, sau altor documente complementare, prin trimiterea standardelor, la un anumit producător, la mărci, brevete, tipuri, la o origine sau la o producție/metodă specifică de fabricație/prestare/execuție, vor fi înțelese ca fiind însoțite de mențiunea „sau echivalent”.

**Propunerea tehnică** va fi elaborată astfel încât să respecte specificațiile prevăzute în Caietul de sarcini. Propunerea tehnică se întocmește astfel încât informațiile cuprinse în aceasta să permită identificarea facilă a corespondenței cu termenii de referință din Caietul de sarcini atașat.

Propunerea tehnică trebuie să dovedească angajamentul ofertantului de a presta serviciile în acord cu toate specificațiile menționate în Caietul de sarcini atașat. În cazul în care oferta nu respectă toate cerințele prevăzute în documentația de atribuire, autoritatea contractantă are dreptul de a o respinge.

#### LIVRABILE ȘI TERMENE DE PREDARE

| Nr. | Livrabil                                          | Descriere detaliată                                                                                                                                                                                                                                                                     | Termen de predare                                                     |
|-----|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| L1  | <b>Planul de campanie și Strategia media</b>      | Document care conține analiza tehnică a platformei, a grupului țintă, planul de canale, propunerea de grafică/texte și distribuția bugetului.                                                                                                                                           | T0* + 10 zile lucrătoare                                              |
| L2  | <b>Setul de materiale promoționale (Assets)</b>   | Bannere finale, fișiere video, texte approved pregătite pentru lansare.                                                                                                                                                                                                                 | T0* + 15 zile lucrătoare                                              |
| L3  | <b>Raportul final al campaniei de publicitate</b> | Raport detaliat care să includă informații despre îndeplinirea indicatorilor de performanță (inclusiv acoperirea publicului țintă, numărul de vizite, înregistrările/înscrierile, finalizările cursurilor, cost per achiziție, analiza tehnică) și evaluarea calitativă a rezultatelor. | T0* + 45 zile (la finalul campaniei), dar nu mai târziu de 29.10.2026 |
| L4  | <b>Lista utilizatorilor noi (Extras VLP)</b>      | Raport /Listă utilizatori care atestă atingerea numărului de utilizatori înregistrați.                                                                                                                                                                                                  | Odată cu Raportul Final                                               |
| L5  | <b>Instrument de monitorizare</b>                 | Furnizarea unui instrument / mecanism de urmărire/monitorizare a accesărilor, vizitelor, înregistrărilor, înscrierilor la cursuri și finalizărilor de cursuri și a instrumentelor de analiză disponibile.                                                                               | Odată cu Raportul Final                                               |

\*TO - data semnării contractului de ambele părți

#### Cerințe minimale referitoare la experiența prestatorului de servicii

- Contractantul trebuie să fie înregistrat cu activități specifice domeniului vizat de prezentul caietul de sarcini și să aibă experiență în derularea PPC/Social Ads sau în prestarea de servicii similare celor care fac obiectul prezentului caiet de sarcini (servicii de publicitate online și promovare digitală) – cel puțin 2 campanii similare de marketing digital / social media derulate în ultimii 3 ani. Acesta va furniza documente din care să reiasă aceste informații (exemplu de documente: certificat constatator, contracte, procese verbale sau alte documente din care să reiasă specificul activității prestate de interes pentru obiectul contractului);
- Contractantul este de acord să lucreze în conformitate cu regulile programului Interreg și cu procedurile interne ale USV sau OPNU;

#### Condiții referitoare la transmiterea ofertei:

- Ofertantul va transmite oferta tehnică și financiară separat.
- Oferta financiară va acoperi prețul categoriilor de cheltuieli (conform Caiet de sarcini capitolul I, punctul B *Structura de costuri*). Pentru transmiterea ofertei financiare se va completa tabelul din Anexa A la caietul de sarcini.

- c) Oferta tehnică va cuprinde aspecte referitoare la activitățile derulate, indicatorii și rezultatele așteptate, livrabile, experiența firmei și documentele care atestă îndeplinirea cerințelor minime. Ofertantul va completa Anexa B la caietul de sarcini.

#### Evaluarea ofertelor:

- a) Se va verifica încadrarea ofertei financiare în bugetul estimat și respectarea condițiilor minime pentru prestatorul de servicii. Ofertele care depășesc bugetul estimat sau cele care nu respectă condițiile minime vor fi respinse.
- b) Va fi evaluată conform grilei de evaluare se regăsește în Anexa C.
- c) Oferta financiară cea mai mică va primi 10 puncte, ofertele următoare vor primi punctaj după formula:  

$$\text{Punctaj oferta financiară } N = (\text{Valoarea ofertei financiare celei mai scăzute} / \text{Valoarea ofertei } N) * 10$$
Punctajul final este suma dintre punctajul pentru oferta tehnică și punctajul pentru oferta financiară (Oferta tehnică reprezintă 90% din punctajul final, iar oferta financiară 10% din punctajul final).
- d) Ofertantul cu cel mai mare punctaj va fi declarat câștigător.

**Durată contract: până la data de 14.11.2026**

*Ofertele incomplete nu vor fi luate în considerare.*

#### Criteriul aplicat:

Criteriul aplicat pentru stabilirea ofertei câștigătoare **este cel mai bun raport calitate – pret pe total ofertă.**

Modul de acordare al punctajului corespunzător criteriului de atribuire aplicat (Anexa C):

| Nr. crt.     | Criteriu / Factor de evaluare                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Punctaj maxim  | Algoritm de calcul / Mod de acordare a punctajului                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>A</b>     | <b>EVALUAREA PROPUNERII TEHNICE</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>90 pct.</b> | Se evaluează conform sub-criteriilor A1 - A3 de mai jos.                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>A.1</b>   | <b>Strategia media și planul de campanie multi-channel</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>30 pct.</b> | Se acordă punctaj în funcție de calitatea și detalierea L1:                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>A.1.1</b> | Claritatea și relevanța analizei grupului țintă (elevi, studenți, absolvenți, tineri, cadre didactice, profesioniști, publicul larg interesat de ofertele educaționale și cursurile disponibile pe platforma VLP, șomeri sau persoane în căutarea unui loc de muncă, inclusiv persoane cu dizabilități, cu vârsta de peste 16 ani din România). | 15 pct.        | <p>- <i>Foarte bun (15 pct.):</i> analiză exhaustivă, adaptată specificului proiectului româno-ucrainean și grupului țintă.</p> <p>- <i>Satisfăcător (8 pct.):</i> analiză generică, fără adaptare la contextul transfrontalier.</p> <p>- <i>Insuficient (0 pct.):</i> lipsesc elemente esențiale din analiză.</p> |

| Nr. crt. | Criteriu / Factor de evaluare                                                                                                                       | Punctaj maxim  | Algoritm de calcul / Mod de acordare a punctajului                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A.1.2    | Coerența mixului de canale media propuse (Google Ads, Meta, TikTok, LinkedIn, YouTube etc.) și modul de alocare a bugetului de media.               | 15 pct.        | <p>- <i>Foarte bun (15 pct.):</i> strategie multi-channel fundamentată, cu alocare bugetară optimizată pe canale.</p> <p>- <i>Satisfăcător (8 pct.):</i> propunere de canale standard, fără justificare bugetară clară.</p> <p>- <i>Insuficient (0 pct.):</i> mix de canale inadecvat sau lipsă alocare bugetară.</p> |
| A.2      | <b>Conceptul creativ și calitatea materialelor promoționale (Creative Assets)</b>                                                                   | <b>30 pct.</b> | Se acordă punctaj în funcție de propunerea pentru L2:                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| A.2.1    | Originalitatea și calitatea formatelor vizuale și textuale (bannere, materiale video/Reels/Shorts etc) realizate în cadrul altor proiecte derulate. | 20 pct.        | <p>- <i>Foarte bun (20 pct.):</i> concepte creative originale, formate diversificate, copywriting optimizat pe limbi.</p> <p>- <i>Satisfăcător (10 pct.):</i> materiale standard, varietate redusă de formate.</p> <p>- <i>Insuficient (0 pct.):</i> concepte slabe sau neconforme cu cerințele.</p>                  |
| A.2.2    | Exemple de integrare a cerințelor de accesibilitate (pentru deficiențe de vedere și auz etc) în cadrul proiectelor derulate anterior.               | 10 pct.        | <p>- <i>Foarte bun (10 pct.):</i> aliniere totală la brand, materiale adaptate pentru accesibilitate (subtitrări, contrast etc.).</p> <p>- <i>Satisfăcător (5 pct.):</i> aliniere parțială sau ignorarea elementelor de accesibilitate.</p>                                                                           |

| Nr. crt.   | Criteriu / Factor de evaluare                                                                                                                                               | Punctaj maxim  | Algoritm de calcul / Mod de acordare a punctajului                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|            |                                                                                                                                                                             |                | - <i>Insuficient (0 pct.):</i> nealiniere la identitatea vizuală a proiectului.                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>A.3</b> | <b>Metodologia de atingere a KPI-urilor, managementul comunității și instrumentul de monitorizare</b>                                                                       | <b>30 pct.</b> | Se acordă punctaj în funcție de abordarea pentru L3, L4 și L5:                                                                                                                                                                                                                                     |
| A.3.1      | Metodologia de monitorizare și optimizare în timp real pentru garantarea atingerii indicatorilor                                                                            | 15 pct.        | <p>- <i>Foarte bun (15 pct.):</i> plan clar de optimizare conturi/reclame, măsuri concrete de minimizare a costului pe conversie.</p> <p>- <i>Satisfăcător (8 pct.):</i> metodologie sumară de monitorizare.</p> <p>- <i>Insuficient (0 pct.):</i> lipsa unei metodologii clare de optimizare.</p> |
| A.3.2      | Calitatea și fiabilitatea instrumentului propus pentru urmărire/monitorizare a accesărilor, vizitelor, înregistrărilor, înscrierilor la cursuri și finalizărilor de cursuri | 15 pct.        | <p>- <i>Foarte bun (15 pct.):</i> instrument tehnic robust de verificare/monitorizare,</p> <p>- <i>Satisfăcător (8 pct.):</i> procedură simplă de raportare fără instrument automatizat de verificare.</p> <p>- <i>Insuficient (0 pct.):</i> instrument neadecvat</p>                              |
| <b>B</b>   | <b>EVALUAREA PROPUNERII FINANCIARE</b>                                                                                                                                      | <b>10 pct.</b> | Se calculează conform formulei:                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| B.1        | Prețul ofertei (Valoarea totală în Lei / Euro fără TVA)                                                                                                                     | 10 pct.        | <p>- <i>Oferta cu cel mai mic preț:</i> primește punctajul maxim de <b>10 puncte</b>.</p> <p>- <i>Celelalte oferte:</i></p>                                                                                                                                                                        |

| Nr. crt.     | Criteriu / Factor de evaluare | Punctaj maxim   | Algoritm de calcul / Mod de acordare a punctajului                         |
|--------------|-------------------------------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------|
|              |                               |                 | $P_N = \left( \frac{\text{Preț minim}}{\text{Preț } N} \right) \times 10.$ |
| <b>TOTAL</b> | <b>PUNCTAJ MAXIM GENERAL</b>  | <b>100 pct.</b> | Punctaj Tehnic (max. 90) + Punctaj Financiar (max. 10)                     |

**Limba de redactare a ofertei:** română. Ofertele redactate într-o limbă străină vor fi însoțite obligatoriu de o traducere autorizată în limba română.

**Plata facturii** se va efectua în euro sau lei (la cursul Inforeuro din luna plății), 100% la prestarea efectivă a serviciilor, în maxim 30 de zile, în conformitate cu normele legale, în concordanță cu serviciile prestate și recepționate.

Plata se va efectua prin ordin de plată, în termen de maximum 30 de zile de la primirea facturii emise și încărcate în SPV (RO e-Factura) – dacă este cazul. Factura va fi emisă doar după finalizarea recepției.

Prestatorul are obligația de a presta serviciile solicitate cu profesionalism și promptitudine în conformitate cu prevederile prevăzute în prezenta solicitare de ofertă.

**Prețul:** prețul este ferm și nu se ajustează. Prețul ofertat include toate cheltuielile necesare realizării prezentului contract și orice alte costuri necesare prestării serviciilor în conformitate cu cerințele beneficiarului.

Oferta dvs. trebuie să fie însoțită de:

- Copie a Certificatului de Înregistrare sau a Certificatului Constatator** eliberat de Oficiul Registrului Comerțului din care să rezulte numele complet, sediul și domeniul de activitate; Contractantul trebuie să fie o entitate juridică înregistrată sau un antreprenor individual (persoană fizică autorizată, dovedit prin documente);
- Copie a Extrasului privind beneficiarii reali ai fondurilor** eliberat de Oficiul Registrului Comerțului din care să rezulte care sunt beneficiarii reali ai fondurilor.

Datele privind beneficiarul real vor fi colectate de la ofertanți încă din faza depunerii ofertelor, respectiv:

a) pentru ofertanții a căror acționari sunt persoane fizice sau persoane juridice înregistrate pe teritoriul României, se va depune un extras ONRC.

b) pentru ofertantul/ofertanții declarat(i) câștigător(i) are/au în structura acționariatului entități juridice străine, autoritatea contractantă colectează de la ofertant o declarație pe proprie răspundere dată de către reprezentantul legal, conform prevederilor articolului 326 din Codul Penal privind falsul în declarații, ce va conține datele privind beneficiarii reali ai entităților juridice străine (cel puțin numele, prenumele și data nașterii), în conformitate cu Legea 129/2019, cu completările și modificările ulterioare.

c) pentru ofertanții străini, înregistrați în afara României, aceștia vor depune documente justificative, certificate sau alte înscrisuri eliberate de autoritatea responsabilă de datele beneficiarului real din țara ofertantului, însoțit de traducerea în limba română, certificată de traducători autorizați, în condițiile legii.

d) pentru ofertanții de tipul asociațiilor și fundațiilor, autoritatea contractantă colectează de la aceștia un extras de la Ministerul Justiției (Registrul Național ONG) privind beneficiarii reali ai asociației/fundației; în cazul în care asociația/fundația este o entitate străină sau are beneficiari reali persoane străine, autoritatea contractantă colectează de la ofertanți o declarație pe proprie răspundere dată de către reprezentantul legal/președinte, conform prevederilor articolului 326 din Codul Penal privind falsul în declarații, ce va conține datele privind beneficiarii reali ai entităților juridice (cel puțin numele, prenumele și data nașterii), în conformitate cu Legea 129/2019, cu completările și modificările ulterioare.

3. **DECLARAȚIE privind neîncadrarea în prevederile art. 59 și 60 din Legea 98/2016;**

4. **DECLARAȚIE privind neîncadrarea în prevederile art. 164, 165, 167 din Legea 98/2016;**

5. Cu privire la **Formularul de contract**, ofertanții vor depune o declarație prin care sunt de acord cu clauzele contractuale obligatorii. În contextul art.137, alin.3, lit.b), din HG nr.395/2016, Autoritatea contractantă acceptă propuneri de clauze contractuale din partea ofertanților, în măsura în care acestea nu sunt în mod evident dezavantajoase pentru ea.

**6. ÎMPUTERNICIRE** (dacă este cazul).

Doar ofertele depuse de ofertanți calificați și care îndeplinesc cerințele tehnice vor fi evaluate prin compararea prețurilor. Contractul se va acorda ofertantului care îndeplinește toate specificațiile solicitate.

Oferta dumneavoastră, va fi depusă în conformitate cu termenii și condițiile precizate și va fi trimisă la:

Adresa: Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava, str. Universității, nr. 13, cod 720 229, corp F, camera 103

Telefon/Fax: 0330/103703

E-mail: [lucian.opait@usm.ro](mailto:lucian.opait@usm.ro) sau [anca.gramada@usm.ro](mailto:anca.gramada@usm.ro)

Persoane de contact: Lucian Ioan OPAIȚ sau Anca Petruța GRĂMADĂ

Se acceptă oferte transmise în original sau prin e-mail sau fax.

Vă rugăm să transmiteți oferta dvs. prin depunere direct la adresa menționată mai sus sau prin e-mail sau fax, până cel târziu la data de **17.09.2026**.

Orice potențial ofertant are dreptul de a solicita clarificări legate de prezenta cerere de ofertă, până cel târziu cu 1 zi înainte de data limită de depunere a ofertelor, prin transmitere direct la adresa menționată mai sus sau prin e-mail sau fax a solicitărilor de clarificări.

Oferta dvs. trebuie să fie valabilă timp de 30 zile de la data limită pentru transmiterea ofertei.

**Oferta financiară** va fi postată de către ofertantul câștigător și în catalogul SEAP, disponibil la pagina de internet [www.e-licitatie.ro](http://www.e-licitatie.ro).

ȘEF SERVICIU ACHIZITII PUBLICE II,  
Lucian Ioan OPAIȚ

ADMINISTRATOR FINANCIAR,  
Anca Petruța GRĂMADĂ