



Nr. 2202/AP/11.06.2010

APROB,
RECTOR
Prof.univ.dr.Vasile IȘAN

Referat de oportunitate privind achiziția publică a serviciilor de publicitate media

Autoritatea contractantă, cu sediul în Iași, județul: Iași, Bd. Carol I, nr. 11, cod poștal 700506, cod fiscal 4701126, telefon: 0232/ 201139, fax: 0232/ 201117, e-mail: ramona.mihoc@uaic.ro, pagina de Internet: www.uaic.ro, dorește achiziționarea următoarelor servicii de publicitate media:

Servicii de publicitate - Cod CPV 79341000-6

Caracteristicile generale ale serviciilor dorite sunt următoarele:

- publicarea anunțurilor comunicate de către *beneficiar*, în forma dorită de către acesta, în termen de 48 de ore de la data transmiterii acestora, urmărind planificarea aparițiilor în funcție de cererea acestuia;
- livrarea către *beneficiar* a unui exemplar din numărul în care a fost publicat anunțul, în ziua publicării acestuia; anunțul publicat se va transmite și electronic către *beneficiar*;

Context/ premise:

- situația actuală în care se găsește autoritatea contractantă:
 - specificul activității: educație;
 - caracteristicile pieței pe care achiziționează: servicii de publicitate;
 - legislație aplicabilă: Legea nr. 84/ 1995 – legea învățământului, Legea 128/ 1997 – Statutul personalului didactic;
- strategia de comunicare și relații publice: *Prestatorul* va asigura publicarea anunțurilor comunicate de către *Beneficiar*, în termen de 48 de ore de la data transmiterii acestora, urmărind planificarea aparițiilor în funcție de cererea acestuia; *prestatorul* va monitoriza publicarea inserturilor în cotidian și va livra *Beneficiarului* un exemplar din numărul în care a fost publicat anunțul, în ziua publicării acestuia; *Beneficiarului* îi revine în exclusivitate responsabilitatea informațiilor pe care le transmite *Prestatorului* în vederea publicării în cotidian;

Rațiunea achiziției de publicitate:

- *serviciile de publicitate media vizate:* servicii de promovare;
- *motivele pentru care se dorește achiziționarea acestor servicii:* asigurarea transparenței, punerea la dispoziția tuturor celor interesați a informațiilor privind admiterea la facultăți, a studiilor universitare de licență, a studiilor universitare de masterat și a studiilor doctorale organizate în cadrul instituției;
- *sursele de verificare a necesității achiziționării acestor servicii:* decanii facultăților, șefii serviciilor/ departamentelor;
- *obiectivul vizat prin achiziția serviciilor de publicitate media:* informarea a cât mai multor tineri absolvenți ai liceelor în vederea îndrumării către urmarea unei forme superioare de învățământ,

informarea absolvenților formelor de învățământ superior pentru înscrierea la masterate, doctorate, etc.;

- *publicul țintă vizat de serviciile de publicitate*: studenți, absolvenți cu studii medii și superioare;
- *materialele propuse a fi publicate*: anunțuri privind promovarea ofertei academice pentru anul universitar 2010 – 2011, prin punerea la dispoziția tuturor celor interesați a informațiilor privind admiterea la facultăți, colegii, modulele de studii aprofundate, școlile post-universitare și școlile doctorale din cadrul instituției;

Impactul urmărit:

- *cum se va modifica situația actuală ca urmare a publicității făcute*: ocuparea tuturor locurilor scoase la concursurile de admitere în învățământul superior;
- *existența unor posibilități alternative de atingere a impactului urmărit și justificarea opțiunii făcute*: posibilitățile alternative de promovare sunt: site-ul oficial al instituției, site-urile școlilor postuniversitare, aviziere, distribuirea de broșuri și pliante, organizarea târgurilor de prezentare a ofertelor post-universitare; *alegerea promovării prin intermediul presei scrise a fost impusă de necesitatea lărgirii publicului țintă.*

Evaluarea rezultatului obținut:

- *sursele de verificare a modificării situației inițiale ca urmare a publicității făcute*: statisticile realizate la nivelul instituției;
- *criteriile de evaluare a rezultatului obținut*: cota de piață, creșterea cunoașterii de către cetățeni a unei anumite acțiuni a autorității contractante;
- *indicatori de măsurare a impactului prestării serviciilor achiziționate*: numărul de absolvenți înscriși, numărul de candidați participanți la concursurile pentru ocuparea posturilor vacante.

Prezentul Raport de oportunitate poate fi descărcat de pe pagina de Internet proprie www.uaic.ro și din sistemul informatic de utilitate publică, accesibil prin Internet, la adresa www.publicitatepublica.ro.

DEPARTAMENT MEDIA ȘI IMAGINE UNIVERSITARĂ
Ec. Crisțina MUNTEANU

SEF COMPARTIMENT ACHIZIȚII PUBLICE,
Ec. Viorel BOLOHAN

Întocmit,
Ec. Ramona Mihoc