



CAIET DE SARCINI

Realizare clip video de promovare generală a Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași

I. CONTEXT

Având în vedere obținerea finanțării pentru implementarea proiectului *Șanse egale la educație - echitate în societate! (SE3S)*, CNFIS-FDI-2021-0489, finanțat prin Fondul de Dezvoltare Instituțională (FDI) 2021, instituția noastră își propune achiziționarea de servicii pentru realizarea unui clip video de promovare generală a Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași (UAIC), cu o durată de minimum 2 minute și maximum 3 minute și a două clipuri secundare (short-video) de 30 secunde. Acestea vor fi utilizate în vederea atingerii scopului proiectului, acela de creștere a accesului la studii superioare prin reducerea disparităților dintre diferite categorii socio-economice, dezvoltarea și consolidarea unui mediu educațional incluziv bazat pe cunoașterea nevoilor și așteptărilor studenților și facilitarea integrării profesionale a studenților prin corelarea ofertei educaționale universitare cu nevoile pieței muncii în vederea creșterii echității sociale.

Clipul va fi realizat în concordanță cu *Obiectivul 1* prevăzut în proiectul *Șanse egale la educație - echitate în societate! (SE3S)*, și anume promovarea ofertei educaționale a UAIC prin campanii de comunicare generală și comunicare focalizată pe elevii din grupuri defavorizate (licee din mediul rural și orașele sub 10.000 de locuitori, elevi proveniți din sistemul de asistență socială, elevi aparținând minorității rome).

II. TEMA CLIPULUI VIDEO

Acest clip video de promovare va prezenta Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași (UAIC) din perspectiva oportunităților și avantajele studenției într-un context organizațional mai larg.



III. OBIECTIV

Obiectivul specific vizează creșterea notorietății și a favorabilității prin informarea publicului țintă despre oportunitățile pe care le oferă studenția la UAIC.

Promovarea UAIC reprezintă una dintre prioritățile strategice ale instituției, atât în vederea atragerii de candidați, cât și în vederea consolidării imaginii de universitate de top în rândul tuturor categoriilor de public.

IV. GRUP ȚINTĂ VIZAT DE CLIPUL VIDEO

Public țintă specific:

- Elevi înscriși în învățământul secundar superior și absolvenți, care intenționează să urmeze studii universitare de licență;
- Studenți înscriși în învățământul universitar și absolvenți, care intenționează să urmeze studii universitare de masterat;

Public țintă general:

- Public intern: comunitatea academică a UAIC;
- Parteneri academici și instituționali din țară și străinătate;
- Mass-media din țară și străinătate

V. REZULTATUL AȘTEPTAT

Rezultatele așteptate în urma promovării ulterioare a clipului video în cadrul unor campanii integrate vizează generarea unei mai bune vizibilități a UAIC în rândul categoriilor de public țintă.

Clipul video va pune accentul pe elementele care individualizează UAIC, dar și pe elemente generale asociate universității care amplifică avantajele competitive.

Clipul video de promovare va fi utilizat de beneficiar în cadrul unor campanii de comunicare ulterioare desfășurate de UAIC în mediul online și canale TV, dar și cu ocazia unor evenimente de prezentare / promovare din țară sau străinătate, fără a se limita la acestea.

VI. ETAPELE DE EXECUȚIE INTERMEDIARE ale proiectului: (1) Etapa briefing și



debriefing; (2) Etapa filmare; (3) Etapa editare și montaj

VI.1.1. Etapa briefing și debriefing

Termen: maximum 15 zile calendaristice de la semnarea contractului

Subetapa 1.1.

Ofertantul câștigător va prezenta 3 propuneri de storyboard pentru clipul video de minimum 2 minute și maximum 3 minute, precum și a celor 2 clipuri scurte (short-video) de 30 secunde care vor diferenția UAIC în rândul celorlalte instituții de învățământ superior din România și din străinătate. Storyboard-urile vor avea un mesaj unitar, convingător și motivant. Clipul video va fi unul dinamic, cu o componentă emoțională puternică, conținând elementul uman.

Conceptul creativ trebuie să fie original, accesibil și atractiv pentru publicul țintă și să conțină elemente de inovație.

Subetapa 1.2.

Din rândul acestor trei propuneri se va alege una de către reprezentanții UAIC. Varianta aleasă va fi comunicată ofertantului câștigător.

La storyboard-ul câștigător UAIC poate solicita adaptări, în concordanță cu obiectivele strategice menționate anterior. UAIC va înainta ofertantului storyboard-ul adaptat.

Subetapa 1.3.

UAIC va organiza o sesiune de debriefing cu scopul de a verifica nivelul de asimilare a datelor transmise și/sau al modificărilor solicitate ofertantului câștigător. Se va întocmi un raport de debriefing de către UAIC, care va include concluziile desprinse în urma sesiunii organizate.

Aceeași procedură (briefing și debriefing) se va aplica și pentru cele 2 clipuri scurte (short video).

După debriefing UAIC va transmite acceptul final pentru storyboard în vederea continuării proiectului.

VI.2. Etapa filmare

Termen: maximum 15 zile calendaristice de la finalizarea etapei 1



VI.3. Etapa editare și montaj

Termen: maximum 15 zile calendaristice de la finalizarea etapei 2

Ofertantul câștigător va prezenta UAIC o propunere de clip video de minimum 2 minute și maximum 3 minute, precum și a două clipuri scurte (short-video) de 30 secunde. UAIC va comunica în maximum 4 zile lucrătoare de la primirea materialului modificările pe care ofertantul câștigător trebuie să le opereze în vederea editării materialului final. Ofertantul câștigător va opera modificările în termen de alte 4 zile lucrătoare de la comunicarea UAIC.

VII. LIVRABILE ce vor fi prezentate de către ofertantul câștigător

- Materialul brut va fi pus la dispoziția UAIC
- Clipul video de promovare de minimum 2 minute și maximum 3 minute, precum și 2 clipuri scurte (short video) de 30 secunde. Prestatorul va completa o declarație privind acordarea de copyright în privința imaginilor video.
- Clipurile video vor avea următoarele caracteristici tehnice:
 1. vor fi realizate și livrate în variantă minimum 4K, format 16:9 (3840*2160), sunet 48 Khz, stereo;
 2. clipurile vor conține și imagini aeriene ale universității / Iașului;
 3. toate mesajele din cele 3 filme, atât audio cât și text, vor fi în limba română, cu subtitrare în limba engleză, prestatorul asigurând traducerea autorizată a textelor (subtitrarea se va realiza de un specialist autorizat în traduceri);
 4. este obligatorie respectarea regulilor de identitate vizuală ale UAIC;
 5. imaginile și elementele vizuale vor fi corelate cu mesajele și textul și se vor completa reciproc;
 6. coloana sonoră va fi în concordanță cu storyboard-ul.
 7. pe parcursul clipului de minimum 2 minute și maximum 3 minute vor fi afișate mesaje care prezintă elementele care individualizează UAIC în peisajul educațional românesc și internațional.
 8. clipul principal, precum și clipurile scurte (short-video) de 30 secunde



vor prezenta imagini din campusul UAIC și din Iași.

9. clipul principal, precum și clipurile scurte (short-video) de 30 secunde vor descrie avantajele studenției la UAIC și punctele de atracție ale orașului Iași.
10. clipul principal, precum și clipurile scurte (short-video) de 30 secunde vor avea atât versiune în limba română, cât și engleză (subtitrat);

VIII. DREPTURI DE PROPRIETATE INTELECTUALĂ

1. Câștigătorul procedurii de achiziție cesează către UAIC în întregime și pe durată nedeterminată drepturile patrimoniale asupra materialelor brute și editate și drepturile de utilizare, multiplicare și difuzare nelimitată prin orice mediu și în orice format procesat sau al oricărei părți a materialelor recepționate, în orice perioadă de timp la data intrării în vigoare a contractului sau inventate sau aduse la cunoștința publică la o dată ulterioară, astfel cum sunt aceste drepturi prevăzute de legislația privind drepturile de autor și drepturile conexe. Cesiunea drepturilor patrimoniale de autor de la câștigătorul procedurii către UAIC are caracter exclusiv.
2. Coloana sonoră va fi asigurată de către ofertant prin asigurarea tuturor drepturilor de autor, conform legislației în vigoare.

IX. Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași este **RESPONSABILĂ** pentru:

- punerea la dispoziția ofertantului câștigător a tuturor informațiilor disponibile pentru obținerea rezultatelor așteptate și pentru buna desfășurare a etapelor de execuție
- desemnarea echipei implicate și responsabile cu interacțiunea și suportul oferit ofertantului câștigător, constând într-un dialog sistematic cu operatorul economic, pentru a explica și discuta în detaliu cerințele specifice referitoare la derularea contractului.

UAIC poate decide în orice moment să anuleze achiziția. Decizia de anulare nu obligă UAIC la costuri față de operatorii economici participanți.



X. CRITERII DE CALIFICARE ȘI SELECȚIE

X.1. Criterii de calificare

- Derularea și finalizarea, în ultimii 5 ani, a unui număr de maximum 3 contracte, care să îndeplinească în mod cumulat condițiile de valoare cel puțin egală cu valoarea propunerii financiare și care să aibă ca obiect realizarea unor clipuri video de promovare

X.2. Capacitatea de exercitare a activității

- Portofoliu cu clipuri de promovare (din orice domeniu) realizate în ultimii 5 ani;
- Recomandări emise de beneficiari ai unor produse similare realizate în ultimii 5 ani;

X.3. Experiența similară

- Experiență dovedită în producția de clipuri de promovare în domeniul educațional realizate în ultimii 5 ani.

XI. CRITERIUL DE ATRIBUIRE

Cel mai bun raport calitate - preț în ceea ce privește (1) componenta tehnică -70 de puncte și (2) criteriul financiar - 30 de puncte.

(1) Componenta tehnică: 70 puncte din punctaj total, având următoarele ponderi:

Nr. crt.	Criterii de evaluare	Algoritm de calcul
1.	Portofoliu cu clipuri de promovare (din orice domeniu) realizate în ultimii 5 ani [10 puncte]	<i>Indicatori cantitativi:</i> - numărul de clipuri: 0 clipuri: 0,0 puncte; 1-5 clipuri: 2,5 puncte; peste 5 clipuri: 5 puncte <i>Indicatori calitativi:</i> - capacitatea creativă și conceptul creativ de ansamblu: 0,0 - 2,5 puncte; - capacitatea de combinare a imaginilor, sunetului și textului în manieră fluentă: 0,0 - 2,5 puncte;



2.	Recomandări emise de beneficiari ai unor produse similare realizate în ultimii 5 ani [10,0 puncte]	<i>Indicatori cantitativi:</i> - numărul de recomandări: 0 recomandări: 0,0 puncte; 1-3 recomandări: 2,5 puncte; peste 3 recomandări: 5,0 puncte <i>Indicatori calitativi:</i> - prestigiul emitenților recomandărilor (se va lua în considerare recomandarea cu cel mai ridicat prestigiu): Instituții publice, autorități publice ale administrației locale sub 350.000 locuitori, instituții de învățământ din țară sau străinătate, companii private: 2,5 puncte; Președinție, Parlament, Autorități publice ale administrației centrale, Autorități publice ale administrației locale cu peste 350.000 locuitori, Universități de cercetare avansată și educație (conform OM 5262/2011), Universități din străinătate aflate în top 1000 ARWU: 5,0 puncte
3.	Experiență în producția de clipuri de promovare în domeniul educațional realizate în ultimii 5 ani [30,0 puncte]	<i>Indicatori cantitativi:</i> - numărul de clipuri de minim 30 de secunde [0 clipuri: 0,0 puncte; cel puțin 1 clip: 5,0 puncte] <i>Indicatori calitativi:</i> - prestigiul instituțiilor de educație pentru care a fost realizat clipul (se va lua în considerare cel mai ridicat prestigiu): Universități centrate pe educație (conform OM 5262/2011), instituții de învățământ preșcolar: 1,0 puncte; Universități de educație și creație artistică (conform OM 5262/2011), instituții de învățământ preuniversitar: 2,0 puncte; Universități de educație și cercetare științifică (conform OM 5262/2011), Universități din străinătate aflate în



		top 1000+ ARWU: 5,0 puncte; Universități de cercetare avansată și educație (conform OM 5262/2011), Universități din străinătate aflate în top 1000 ARWU: 10,0 puncte - capacitatea creativă și conceptul creativ de ansamblu: 0,0 - 10,0 puncte; - capacitatea combinarea imaginilor, sunetului și textului în manieră fluentă: 0,0 - 5,0 puncte;
4.	Elemente de atractivitate a Municipiului Iași relevante pentru obiectivul, grupul țintă și rezultatele așteptate [10,0 puncte]	<i>Indicatori cantitativi:</i> - numărul de elemente relevante: 0 elemente: 0,0 puncte; 1-5 elemente: 2,5 puncte; mai mult de 5 elemente: 0,0 - 5,0 puncte <i>Indicatori calitativi:</i> - capacitatea creativă și inovativă: 0,0 - 5,0 puncte
5.	Elemente de atractivitate relevante care individualizează UAIC pe piața serviciilor de învățământ superior din România și străinătate [10,0 puncte]	<i>Indicatori cantitativi:</i> - numărul de elemente relevante: 0 elemente: 0,0 puncte; 1-5 elemente: 2,5 puncte; mai mult de 5 elemente: 0,0 - 5,0 puncte <i>Indicatori calitativi:</i> - capacitatea creativă și inovativă: 0,0 - 5,0 puncte

(2) Criteriul financiar 30 puncte din punctaj total, calculat după următoarea formulă de calcul: $P_{nf} = (V_{min} / V_n) \times 30$, în care:

- P_{nf} = punctajul financiar acordat ofertei analizate (oferta „n”);
- V_{min} = valoarea ofertei cu prețul cel mai scăzut;
- V_n = valoarea ofertei analizate (oferta „n”).

Propunerea financiară va fi exprimată în lei și va include toate costurile aferente realizării clipului video de minimum 2 minute și maximum 3 minute, precum și a celor două clipuri scurte (short-video) de 30 secunde.



Plata se va realiza pentru serviciile efectiv realizate.

XII. PREZENTAREA OFERTEI

Oferta va include următoarele:

(1) Componenta tehnică

- Derularea și finalizarea, în ultimii 3 ani, a unui număr de maxim 3 contracte, care să îndeplinească în mod cumulativ condițiile de valoare cel puțin egală cu valoarea propunerii financiare și care să aibă ca obiect realizarea unor clipuri video de promovare
- Portofoliu cu clipuri de promovare (din orice domeniu) realizate în ultimii 5 ani. Pentru fiecare clip prezentat în portofoliu vor fi oferite informații privind beneficiarul, perioada de realizare și valoarea exprimată în lei. Fiecare clip trebuie să aibă o durată de minim 30 de secunde și maxim 5 minute. Clipurile vor prezentate pe un DVD.
- Recomandări emise de beneficiari ai unor produse similare (clip video de promovare) care să ateste capacitatea de execuție și calitatea produsului final;
- Prezentare experiență în producția de clipuri de promovare în domeniul educațional (clip de minim 30 de secunde) realizate în ultimii 5 ani. Clipurile vor prezentate pe un DVD.
- Prezentare listă elemente de atractivitate a Municipiului Iași relevante pentru obiectivul, grupul țintă și rezultatele așteptate;
- Prezentare listă elemente de atractivitate relevante care individualizează UAIC pe piața serviciilor de învățământ superior din România și străinătate;

(2) Criteriul financiar

- Ofertanții vor exprima prețul ofertei în lei și va include toate costurile aferente realizării clipului video de minimum 2 minute și maximum 3 minute, precum și a celor două clipuri scurte (short-video) de 30 secunde

Director proiect

Conf.Univ.Dr. Romeo Constantin Asiminei