



CAIET DE SARCINI

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

I. CONTEXT

Având în vedere obținerea finanțării pentru implementarea proiectului FDI - Domeniul 1 - „*Incluziune socială pentru o educație echitabilă*” [EDev], cod proiect: CNFIS-FDI-2023-F-0577, instituția noastră își propune achiziționarea de servicii pentru realizarea a două clipuri video de promovare a Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași (UAIC), cu o durată de minim 2 minute și maxim 3 minute.

Acestea vor fi utilizate în vederea atingerii scopului proiectului, acela de creștere a echității sociale prin organizarea de către Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași a unor serii de activități educaționale incluzive, pentru sporirea accesului la învățământul superior, creșterea nivelului de implicare în activități extracurriculare și diminuarea abandonului academic în rândul tinerilor proveniți din medii defavorizate (zone rurale și orașe mici, sub 10.000 de locuitori).

Clipurile vor fi realizate în concordanță cu obiectivul 1 prevăzut în proiectul „*Incluziune socială pentru o educație echitabilă*” [EDev]”, anume promovarea ofertei educaționale a UAIC prin campanii de comunicare generală și comunicare în rândul elevilor de liceu, orientată în special spre elevii proveniți din medii defavorizate.

II. TEMA CLIPURILOR VIDEO

Aceste clipuri video de promovare vor prezenta facilitățile și avantajele studenției la Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași.

III. SCOPUL

Clipurile video de promovare vor fi utilizate pentru campanii de promovare ulterioare



ale Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, TV sau online dar și cu ocazia unor evenimente interne și externe, fără a se limita la acestea.

IV. GRUPUL ȚINTĂ VIZAT DE CLIPURILE VIDEO

- Elevi înscriși în învățământul secundar superior care intenționează să urmeze studii universitare de licență;
- Studenți înscriși în învățământul universitar;
- Parteneri academici.

V. REZULTATE AȘTEPTATE

Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași își propune ca aceste clipuri video să promoveze atât oferta de studii cât și facilitățile și avantajele oferite de UAIC. De asemenea, clipurile ar trebui să se distingă prin elemente care le individualizează, ce se constituie în avantaje competitive, astfel:

Clip 1: Primul clip va avea rolul de a evidenția faptul că Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași este prima universitate modernă înființată în România (are tradiția cea mai bogată), oferind studenților o multitudine de specializări care le asigură: posibilitatea de a efectua stagii de practică la stațiunile de cercetare științifică ale UAIC; oportunități de implicare în diverse proiecte de cercetare științifică; multiple oportunități de a studia în cele peste 650 de universități partenere din străinătate. În plus, se adaugă, diversitatea culturală a Iașului. Pentru elevii proveniți din medii defavorizate, există posibilitatea participării acestora la Școlile de Vară ROSE.

Mesaj cheie clip 1: „UAIC: prima universitate modernă a României/UAIC: o universitate de top”.

Clip 2: Cel de-al doilea clip ar trebui plasat în contextul unui oraș - care găzduiește un centru universitar de tradiție, în care diversitatea culturală este intens promovată, fiind o caracteristică recunoscută la nivel național. Astfel, UAIC reprezintă o comunitate academică deschisă și incluzivă pentru toate categoriile de studenți - indiferent de mediul lor de proveniență, un cadru propice de dezvoltare a tinerilor pe plan socio-educational. Ar trebui evidențiat faptul că UAIC se diferențiază prin faptul că procesul de integrare socio-educatională a studenților proveniți din medii defavorizate (orașe mici sau comune) este realizat prin



intermediul serviciilor integrate la care au acces imediat după admitere (evenimente de informare, consiliere, training-uri oferite prin servicii specializate și prin Centrele de Învățare ale Universității dar și oferirea accesului la o serie de facilități materiale pentru studenți (cazare în căminele UAIC, burse de diverse tipuri, biblioteci, proiecte extracurriculare etc.). Universitatea respectă principiile prevăzute în Carta UAIC referitoare la asigurarea echității și incluziunii socio-educăționale.

Mesaj cheie clip 2: UAIC - Promotor al diversității educaționale și culturale și al incluziunii socio-educăționale

De asemenea, în cele două clipuri pot fi comunicate și alte mesaje precum:

- Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași este situată atât aproape de centrul orașului cât și în cel mai verde cartier din Iași: Copoul;
- Orașul Iași se află într-o dezvoltare accelerată în ultimii ani, având o piață a forței de muncă dinamică și oportunități de carieră diverse și numeroase;

VI. ASOCIERI DE IMAGINE CE SE VOR UTILIZA ÎN REALIZAREA CLIPURILOR

Promovarea Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași se va face prin scoaterea în evidență a Stațiunilor de cercetare și practică, a burselor Erasmus, serviciilor de consiliere, a centrelor de învățare, a Școlilor de vară ROSE (Clip 1) și a faptului că spațiul academic UAIC este axat pe diversitate și incluziune socio-educățională, studenții beneficiind de posibilitatea de a accesa burse de activitate în campus, alături de alte tipuri de burse - burse sociale, burse de studiu (Clip 2).

VII. ETAPELE DE EXECUȚIE INTERMEDIARE

Etaple de execuție intermediare ale proiectului, la care ofertantul câștigător va înainta UAIC rapoarte de progres:

VI.1. ETAPA BRIEFING ȘI DEBRIEFING

VI.2. ETAPA FILMARE

V1.2 ETAPA EDITARE ȘI MONTAJ



V1.1. ETAPA BRIEFING ȘI DEBRIEFING

Briefingul și debriefingul vor avea 3 subetape:

Subetapa 1.1.

Ofertantul câștigător va prezenta câte 3 propuneri de storyboard pentru filmele publicitare de minim 2 minute și maxim 3 minute - în maxim 10 zile lucrătoare de la semnarea contractului, care vor diferenția Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași în rândul celorlalte instituții de învățământ superior din România și din străinătate. Storyboard-urile vor avea un mesaj unitar, convingător și motivant.

Clipurile vor fi dinamice, cu o componentă emoțională puternică, conținând elementul uman. Din rândul acestor propuneri se va alege una de către reprezentanții UAIC.

Variantele alese vor fi comunicate ofertantului câștigător.

Subetapa 1.2.

La storyboard-urile câștigătoare UAIC poate solicita adaptări, în concordanță cu obiectivele strategice menționate anterior.

UAIC va înainta ofertantului sugestii de adaptare a storyboard-urilor în maxim 5 zile lucrătoare de la trimiterea de către ofertantul câștigător a storyboard-urilor inițiale.

Subetapa 1.3.

UAIC va organiza o sesiune de debriefing cu scopul de a verifica nivelul de asimilare al datelor transmise și/sau modificărilor solicitate ofertantului.

Se va întocmi un raport de debriefing de către UAIC, care va include concluziile desprinse în urma sesiunii organizate.

Briefingul și debriefingul vor fi finalizate la maxim 20 zile lucrătoare de la semnarea contractului.

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

VI.2. ETAPA FILMARE

Va fi realizată în maxim 15 zile lucrătoare de la decizia finală privind storyboard-urile selectate.

Clipurile principale vor putea conține unele imagini (maxim 25% din durata totală) din



arhiva filmată a ofertanților, adică realizate înainte de încheierea contractului cu UAIC, cu condiția ca acestea să nu mai fi fost oferite altor beneficiari în țară și în străinătate. În acest sens, prestatorul va da o declarație pe propria răspundere.

VI.3. ETAPA EDITARE ȘI MONTAJ

La maxim 45 de zile lucrătoare de la semnarea contractului, ofertantul câștigător va prezenta UAIC o propunere de film de minim 2 minute - maxim 3 minute pentru fiecare Clip. UAIC va comunica în maxim 10 zile lucrătoare de la primirea materialului, modificările pe care ofertantul câștigător trebuie să le opereze în vederea editării materialului final.

Ofertantul va livra variantele finale ale clipurilor de minim 2 minute și maxim 3 minute, încadrându-se în cele 55 de zile lucrătoare prevăzute ca termen de execuție.

Ofertantul câștigător va prezenta un grafic de execuție al proiectului.

VIII. LIVRABILE ce vor fi prezentate de către ofertantul câștigător

- Materialul brut (minim 60 de minute) va fi pus la dispoziția UAIC.
- Clipurile de promovare de minim 2 minute și maxim 3 minute. Clipurile vor putea conține unele imagini (maxim 25% din durata totală) din arhiva filmată a ofertanților, adică realizate înainte de încheierea contractului cu UAIC, cu condiția ca acestea să nu mai fi fost oferite altor beneficiari în țară și în străinătate (prestatorul va completa o declarație pe propria răspundere în acest sens, la recepția finală a produselor).
- Pe parcursul clipurilor de minim 2 minute și maxim 3 minute, vor fi afișate mesaje care prezintă elementele care individualizează UAIC în peisajul educațional românesc și internațional.
- Toate mesajele din clipuri, 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).
- Clipurile vor prezenta obligatoriu imagini din stațiunile de cercetare UAIC, imagini din campusul UAIC, precum și imagini sugestive din Municipiul Iași.
- Clipurile vor descrie avantajele și facilitățile studenției la UAIC.
- Coloana sonoră va fi în concordanță cu storyboard-urile.
- Este obligatorie respectarea regulilor de identitate vizuală ale UAIC care pot fi



descărcate de pe pagina <https://identitate.uaic.ro/>.

DURATA DE EXECUȚIE a filmelor va fi de maxim 55 zile lucrătoare din momentul semnării contractului.

VIII. DREPTURI DE PROPRIETATE INTELECTUALĂ

- a) Câștigătorul procedurii de achiziție cesionează în întregime și pe durată nedeterminată UAIC drepturile patrimoniale asupra materialelor brute și editate și, în special, 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 de 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.
- b) Coloana sonoră va fi asigurată de către ofertant prin asigurarea tuturor drepturilor de autor, conform legislației în vigoare.

IX. OBLIGAȚIILE UNIVERSITĂȚII „ALEXANDRU IOAN CUZA” DIN IAȘI

- punerea la dispoziția ofertantului câștigător a tuturor informațiilor disponibile pentru obținerea rezultatelor așteptate și pentru buna desfășurare a etapelor de execuție;
- accesul în locațiile UAIC pe durata contractului, în vederea înregistrării materialelor video;
- 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. CERINȚE MINIME CE TREBUIE ÎNDEPLINITE DE PARTICIPANȚII LA PROCEDURĂ



- Vor fi filmați minim 3 studenți/absolvenți ai UAIC, minim 3 reprezentați ai Stațiunilor de cercetare și practică (pentru Clipul 1) și minim 2 profesori mentori.
- Filmele vor avea următoarele caracteristici tehnice:
 - o vor fi realizate și livrate în variantă minim Full HD, format 16:9 (1920x1080px), sunet 48 Khz, stereo;
 - o se va utiliza o cameră de filmat și dronă cu stabilizator;

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 3 ani [10 puncte]	<i>Indicatori cantitativi:</i> - numărul de clipuri de promovare realizate [0 clipuri: 0 puncte; 1-5 clipuri: 2 puncte; peste 5 clipuri: 4 puncte] <i>Indicatori calitativi:</i> - capacitatea creativă și conceptul creativ de ansamblu: 0-6 puncte.
2.	Recomandări emise de beneficiari ai unor produse similare [10 puncte]	<i>Indicatori cantitativi:</i> - numărul de recomandări [0 recomandări: 0 puncte; 1-5 recomandări: 5 puncte; peste 5 recomandări: 10 puncte]
3.	Experiență în producția de clipuri de promovare în domeniul educațional [30 puncte]	<i>Indicatori cantitativi:</i> - numărul de clipuri de promovare de minimum 2 minute [0 clipuri: 0 puncte; între 1 și 5 clipuri: 5 puncte; peste 5 clipuri: 10 puncte]; <i>Indicatori calitativi:</i> - capacitatea creativă și conceptul creativ de



		ansamblu: 0-10 puncte; - capacitatea de combinare a imaginilor, sunetului și textului în manieră fluentă: 0-10 puncte.
4.	Elemente de atractivitate a Municipiului Iași relevante pentru obiectivul, grupul țintă și rezultatele așteptate [10 puncte]	<i>Indicatori cantitativi:</i> - numărul de elemente relevante [0 elemente: 0 puncte; 1-5 elemente: 2 puncte; mai mult de 5 elemente: 4 puncte] <i>Indicatori calitativi:</i> - capacitatea creativă și inovativă: 0-6 puncte
5.	Elemente de atractivitate relevante promovării spațiului educațional [10 puncte]	<i>Indicatori cantitativi:</i> - numărul de elemente relevante [0 elemente: 0 puncte; 1-5 elemente: 2 puncte; mai mult de 5 elemente: 4 puncte] <i>Indicatori calitativi:</i> - capacitatea creativă și inovativă: 0-6 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 pretul cel mai scazut;
- V_n = valoarea ofertei analizate (oferta „n”).

Punctaj total 100 puncte.

Plata se va realiza pentru serviciile efectiv realizate.

XII. PREZENTAREA OFERTEI

(1) Componenta tehnică

Ofertanții vor prezenta următoarele:



- Prestarea de servicii similare în ultimii 3 ani;
- Prestarea în ultimii 3 ani, calculați până la data limită de depunere a ofertelor, de servicii similare în valoare cumulată de minim 20000 lei fără TVA, în cadrul unuia sau maximum 3 contracte. Modalitatea prin care poate fi demonstrată îndeplinirea cerinței: operatorii economici participanți la procedura de atribuire vor indica numărul, data contractului și numele Beneficiarului contractului prezentat în justificarea cerinței. Documentele justificative care probează îndeplinirea experiențelor similare: recomandări / copii ale unor părți relevante ale contractelor pe care le-au îndeplinit / certificate de predare-primire / procese-verbale de recepție / certificări de bună execuție / certificate constatatoare;
- Portofoliu cu clipuri de promovare (din orice domeniu) realizate în ultimii 3 ani. Pentru fiecare clip prezentat în portofoliu vor fi oferite informații privind beneficiarul, perioada de realizare și valoarea exprimată în lei. Clipurile vor fi prezentate pe un Stick USB / DVD (acestea nu se vor returna ofertantului);
- 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 și tineret;
- Prezentare elemente de atractivitate a Municipiului Iași relevante pentru obiectivul, grupul țintă și rezultatele așteptate;
- Prezentare elemente de atractivitate relevante promovării spațiului educațional

(2) Criteriul financiar

- Ofertanții vor exprima prețul ofertei în lei și va include toate costurile aferente realizării clipurilor video de minimum 2 minute și maximum 3 minute.

Manager de proiect

Lect. dr. Alexandru-Cosmin APOSTOL