



PO-16-03\_F4, Editia: II, Revizia: 2

Nr. 5038/20.06.2022

**Aprobat**  
Rector,  
Prof. univ. dr. ing. Violeta Vali CIUCUR

## DOCUMENTAȚIE DE ATRIBUIRE

**“Servicii de promovare a ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța prin desfășurarea unei campanii de marketing online cu ajutorul unui sistem dedicat de tip CRM adaptat necesităților universității”**

*cod CPV 79342200-5 Servicii de promovare*

### I. CAIET DE SARCINI

#### I. Introducere

Caietul de sarcini face parte integrantă din documentația pentru elaborarea și prezentarea ofertei și constituie ansamblul cerințelor pe baza cărora se elaborează de către operatorul economic propunerea tehnică și propunerea financiară.

Caietul de sarcini conține specificații tehnice și indicații privind regulile de bază care trebuie respectate astfel încât operatorii economici să elaboreze propunerea tehnică și propunerea financiară corespunzător cu necesitățile autorității contractante.

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

Orice ofertă de servicii care se abate de la prevederile Caietului de sarcini sau prezintă servicii cu caracteristici tehnice inferioare celor prevăzute în acesta sau care nu satisfac cerințele impuse în acesta, va fi respinsă ca neconformă.

#### MENȚIUNE

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, procedeu, etc și NU au ca efect favorizarea sau eliminarea anumitor operatori economici sau a anumitor produse, procedee. Aceste specificații vor fi considerate ca având mențiunea de “sau echivalent”.

#### II. Obiectul achiziției publice

Achiziționarea de *servicii de promovare a ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța (UMC) prin desfășurarea unei campanii de marketing online cu ajutorul unui sistem dedicat de tip CRM (Customer Relationship Management – Gestionarea relațiilor cu clienții) adaptat necesităților universității, proiect CNFIS-FDI-2022-0440*, este necesară având în vedere următoarele:

- Obiectivul Universității Maritime din Constanța, inclus în Planul Strategic al UMC, Consilierea și susținerea studenților pe parcursul lor școlar;

- aprobarea de către Consiliul Național pentru Finanțarea Învățământului Superior (CNFIS) a derulării de către UMC a proiectului **“Creșterea echității sociale în învățământul superior de marină în vederea incluziunii sociale, egalității de gen, nediscriminării și sporirii accesului la învățământul superior”** cod proiect CNFIS-FDI-2022-0440.

Obiectivele proiectului:

- 1. Promovarea ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța prin desfășurarea unei campanii de marketing online cu ajutorul unui sistem dedicat de tip CRM adaptat necesităților universității, pentru un public țintă de minim 400 elevi din minim 15 localități din mediul rural și medii defavorizate.**
- 2. Îmbunătățirea serviciilor de consiliere și orientare profesională, în vederea conștientizării studenților (în special acelor din medii defavorizate) a importanței continuării studiilor, prin organizarea unui program de consiliere sub forma de întâlniri online cu frecvență lunară, în vederea incluziunii sociale a studenților. Întâlnirile vor fi dedicate inclusiv motivării fetelor/ studentelor, putând fi invitate persoane membre din asociații profesionale de femei și din industria de profil care să ofere exemple de succes în domeniu.**

Finanțarea activităților:

-A1.1. Achiziția **serviciilor de tip abonament la o platformă online CRM adaptată utilizării de către universitate și stabilirea modulelor componente care sunt necesare asistării proceselor esențiale din sistemul de educație**: accesul echitabil al elevilor la serviciile de educație ale UMC, motivarea studenților de a participa la activități de studiu. Platformele de tip CRM au fost utilizate în dezvoltarea programelor de marketing de numeroase universități internaționale în scopul atragerii de noi studenți, alinierea nevoilor instituționale de marketing cu cele de contractare a serviciilor educaționale, măsurarea și raportarea eforturilor de marketing și a deciziilor bazate pe date.

-A.1.2 **Design și formularea de conținut adecvat campaniei de marketing.**

-A2. Promovarea **organizării unui program de consiliere sub forma de întâlniri online** în vederea incluziunii sociale a studenților, cu invitarea de personalități din mediul de afaceri și din piața muncii care să ofere studenților informații relevante pentru dezvoltarea lor personală și profesională. Întâlnirile vor fi dedicate inclusiv motivării fetelor / studentelor, putând fi invitate persoane membre din asociații profesionale de femei și din industria de profil care să ofere exemple de succes în domeniu.

Prin atribuirea contractului **“Servicii de promovare a ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța prin desfășurarea unei campanii de marketing online cu ajutorul unui sistem dedicat de tip CRM adaptat necesităților universității”**, se asigură:

- Promovarea ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța.
- Îmbunătățirea serviciilor de consiliere și orientare profesională, în vederea conștientizării studenților (în special a celor din medii defavorizate) a importanței continuării studiilor.
- Dezvoltarea asistării proceselor esențiale din sistemul de educație: accesul echitabil la serviciile de educație ale UMC, motivarea studenților de a participa la activități de studiu.
- Alinierea nevoilor instituționale de marketing cu cele de contractare a serviciilor educaționale.
- Măsurarea și raportarea eforturilor de marketing și a deciziilor bazate pe date.
- Formularea de conținut specific materialelor de informare pentru candidați.
- Training și asistență la operarea platformei online CRM, pentru îndeplinirea dezideratului de comunicare adecvată a nevoilor candidaților la studii/studenților către organele administrative relevante (secretariat, departamente, Decanat, Rectorat, centru de orientare în carieră) în funcție de necesitățile candidaților și/sau ale studenților.

### **III. Situația existentă**

Universitatea Maritimă din Constanța (str. Mircea cel Bătrân nr. 104 Constanța) are în derulare proiectul **“Creșterea echității sociale în învățământul superior de marină în vederea incluziunii sociale, egalității de gen, nediscriminării și sporirii accesului la învățământul superior”** cod proiect CNFIS-FDI-2022-0440, în care pentru a:

- promova oferta educațională incluzivă a Universității Maritime din Constanța prin desfășurarea unei campanii de marketing online cu ajutorul unui sistem dedicat de tip CRM adaptat necesitatilor universitatii, corelat cu canalele de social media (TikTok, Instagram, Facebook si YouTube) pentru un public țintă de minim 400 elevi din minim 15 localitati din mediul rural si medii defavorizate;

- îmbunătăți serviciile de consiliere și orientare profesională, în vederea conștientizării studenților (în special a celor din medii defavorizate) a importanței continuării studiilor, prin organizarea unui program de consiliere sub forma de întâlniri online cu frecvență lunară, în vederea incluziunii sociale a studenților. este necesară achiziționarea de **“Servicii de promovare a ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța prin desfășurarea unei campanii de marketing online cu ajutorul unui sistem dedicat de tip CRM adaptat necesităților universității”** conform cerințelor din prezentul caiet de sarcini.

#### **IV. Specificații tehnice**

IV.1. Prin atribuirea contractului se urmărește:

1. **Promovarea pe canale de social media** (TikTok, Instagram, Facebook si YouTube) a **ofertei educaționale incluzive** a Universității Maritime din Constanța prin desfășurarea unei **campanii de marketing online** cu ajutorul unui **abonament CRM valabil până la data de 15 decembrie 2022 inclusiv**, adaptat necesităților universitatii, pentru un public țintă de minim 400 elevi din minim 15 localitati din mediul rural si medii defavorizate.
2. Campania va include **design și formularea de conținut adecvat campaniei de marketing prin** realizarea unui **portofoliu** pentru Universitatea Maritimă din Constanța cu materiale de marketing despre educația incluzivă de marină (fluturași, postări, materiale vizuale) **și promovarea acestora pe următoarele 4 rețele de social media:** TikTok, Instagram, Facebook și YouTube, inclusiv prin implicarea colaborării cu (micro) influenceri din social media, in baza unui calendar care sa corespunda cu sesiunile de inscriere pentru examenul de admitere (iulie și septembrie 2022)
3. Campania va include și promovarea (prin postări și/sau colaborare cu influenceri din social media) a Programului de consiliere online în vederea incluziunii sociale a studenților (programul include întâlniri online pe Zoom dedicate inclusiv motivării fetelor/ studentelor la studii de marină).
4. Durata campaniei de promovare: de la data semnării contractului până la data de 15 decembrie 2022.
5. Buget total alocat pentru campania de marketing online (incluzând abonament la platforma CRM și promovarea platită pe social media și prin influenceri): **valoare estimată 46 218 lei fără TVA.**

**Specificații campania de marketing online:**

1. **Să se concentreze pe promovarea pe cele 4 rețele de social media (TikTok, Instagram, YouTube, Facebook) a ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța, în raport cu calendarul Sesiunii de admitere 2022 la studii universitare de licență și masterat sesiunea iulie și respectiv sesiunea septembrie 2022 conform site-urilor de mai jos:**  
<https://admitere.cmu-edu.eu/>  
<https://cmu-edu.eu/admitere-studii-licenta/>  
<https://cmu-edu.eu/admitere-studii-master/>  
<https://cmu-edu.eu/admitere-romani-de-pretutindenii/>

precum și pe promovarea pe rețelele de social media a activității de organizarea a unui program de consiliere sub forma de întâlniri online în vederea incluziunii sociale a studenților (până la data de 15.12.2022)

2. Campania de marketing online să beneficieze de suportul sistemului dedicat de tip CRM adaptat necesităților Universității Maritime din Constanța.
3. Campania să fie destinată unui public țintă de minim 400 elevi din minim 15 localitati din mediul rural si medii defavorizate pentru **promovarea pe canale de social media a ofertei educaționale incluzive și către studenții Universității Maritime din Constanța pentru promovarea** Programului de consiliere online în vederea incluziunii sociale a studenților.
4. Campania să aibă în vedere oferta educațională incluzivă pentru fete/femei la studii de marină.
6. Campania de promovare pe rețelele de social media (TikTok, Instagram, Facebook si YouTube) va avea ca **livrabile:**
  - a. un **portofoliu** de materiale de marketing online cu conținut educațional incluziv (fluturași/postere în format digital, postări, materiale vizuale/grafice) adaptat specificului Universității Maritime din Constanța. Drepturile de proprietate, de utilizare și copyright ale

- materialelor create de prestator și incluse în portofoliu vor fi cedate Universității Maritime din Constanța.
- b. Realizarea unei strategii și a planului de media digitală care să combine generarea de notorietate (reach) și interes (like-uri, share-uri) cu creșterea acțiunii de completare a dosarului de admitere online, de către potențiali candidați.
  - c. Realizarea de **rapoarte de analiză comparativă a eficienței promovărilor** pe cele 4 rețele de social media (TikTok, Instagram, YouTube și Facebook).
7. Obiectivul promovării pe rețelele sociale trebuie să conducă la **accesarea prin click** a site-ului universității.
8. Solicităm ofertarea în baza **următoarei structuri**:
- a. Bugetul alocat promovării pe rețelele sociale (TikTok, Instagram, YouTube și Facebook) trebuie să fie ofertat până la concurența valorii de **maxim 80%** din valoarea estimată 46 218 lei fără TVA.
  - b. Restul sumei de **maxim 20%** din valoarea estimată 46 218 lei fără TVA trebuie să includă costul abonamentului la platforma CRM și costul de promovare prin influenceri/ micro-influenceri pe platforma TikTok/Instagram (incluzând redactarea textelor și pregătirea elementelor vizuale necesare pentru promovarea prin intermediul micro-influencerilor; verificarea acțiunilor întreprinse de micro-influenceri și colectarea rezultatelor obținute).

#### **Funcționalități ale platformei CRM:**

- Să fie adaptată necesităților universității.
- Achiziția se face pe bază de abonament la una din platformele CRM disponibile public (de exemplu, fără a restricționa alte variante similare: Bitrix24, HubSpot etc.).
- Achiziția să includă servicii de **configurare** ale platformei CRM cu sursele de comunicare publică ale universității (site universitate [www.cmu-edu.eu](http://www.cmu-edu.eu), cont/canal YouTube, pagina Facebook, cont Instagram și TikTok „umc.official”).
- Platforma CRM să permită crearea de formulare (cu acord GDPR) pentru colectare de date de identificare candidat/student, pentru colectare de întrebări adresate de candidat/student care accesează sursele de comunicare publică și pentru facilitarea transmiterii de răspunsuri la întrebările primite.
- Pentru familiarizarea cu funcționarea platformei, achiziția trebuie să includă **training** specializat online (sau față în față) cu persoana/persoanele din UMC desemnată /desemnate pentru activitatea de lucru cu platforma CRM
- Achiziția să includă **asistență** pentru buna funcționare a platformei CRM până la data de 15 decembrie 2022.
- Configurare platforma CRM cu opțiunea de chatbot cu o listă întrebări uzuale și răspunsuri predefinite.
- Accesul la platforma CRM să permită facilitarea comunicării către unui public țintă de minim 400 elevi din minim 15 localități din mediul rural și medii defavorizate, inclusiv public de gen feminin, precum și către studenții Universității Maritime din Constanța.
- Platforma să faciliteze accesul echitabil la serviciile de educație ale UMC.
- Prin corelarea cu conținutul campaniei de marketing online, platforma trebuie să contribuie la motivarea studenților de a participa la activități de studiu de marină.
- Platforma trebuie să contribuie la dezvoltarea programelor de marketing în scopul atragerii de noi studenți și la alinierea nevoilor instituționale de marketing cu cele de contractare a serviciilor educaționale.
- Platforma trebuie să permită măsurarea și raportarea eforturilor de marketing și a deciziilor bazate pe date (să genereze rapoarte lunare de funcționare a platformei CRM, în care să se evidențieze eficiența utilizării platformei).

#### **V. Valoarea estimată a achizitiei**

Valoarea estimată a achiziției „*Servicii de promovare cu ajutorul unui sistem dedicat de tip CRM*” este de **46 218 lei fără TVA**.

#### **VI. Recepție și verificări**

Reprezentanții achizitorului vor întocmi documentele de recepție cantitativă și calitativă a serviciilor. Plata se va face în termen maxim de 30 (treizeci) de zile calendaristice de la emiterea facturii, însoțită de Procesul verbal de recepție a *serviciilor de promovare* semnat fără obiecții, de către reprezentanții achizitorului, cu ordin de plată în/din cont de Trezorerie.

## VII. FACTORII DE EVALUARE ȘI ALGORITMUL DE CALCUL

Ofertantul va avea în vedere că pentru atribuirea contractului se va aplica criteriul “**cel mai bun raport calitate-pret**”, utilizând factorii de evaluare și algoritmul de calcul conform următorului tabel:

Punctajul maxim acordat pentru o ofertă este de **100 puncte, astfel:**

Factor de evaluare	DENUMIRE FACTOR DE EVALUARE	PONDERE	PUNCTAJ MAXIM ALOCAT
1	<b><u>PREȚUL OFERTEI-COMPONENTĂ FINANCIARĂ</u></b> <b>Algoritm de calcul:</b> Punctajul se acorda astfel: a) Pentru cel mai scazut dintre preturi se acorda punctajul maxim alocat (20 puncte); b) Pentru celelalte preturi oferite punctajul oferit P(n) se calculeaza proportional, astfel:  <i><math>P(n) = (\text{Pret minim oferit} / \text{Pret ofertei } \{n\} \text{ care se analizeaza } ) \times \text{punctaj maxim alocat.}</math></i>	20 %	20
2	<b><u>PERFORMANTA DIGITALA PROMISA:</u></b> rata de conversie a engagementului din social media în trafic pe pagina de admitere și rata de conversie a traficului din pagina în număr de dosare de admitere completate online <b>Algoritm de calcul:</b> Punctajul se acordă astfel: a) Pentru performanță digitală maximă oferită și asumată se acorda punctajul maxim alocat (40 puncte); b) Pentru celelalte performanțe digitale oferite, punctajul oferit P(n) se calculeaza proportional, astfel: <i><math>P(n) = (\text{Performanța digitală oferită } (n) \text{ care se analizează} / \text{Performanța digitală maximă oferită și asumată}) \times \text{punctaj maxim alocat.}</math></i>	40%	40
3	<b><u>COSTUL PE LEAD OFERIT:</u></b> <b>Algoritm de calcul:</b> Punctajul se acordă astfel: a) Pentru cel mai mic cost de lead se aplica punctajul maxim (40 puncte) ; b) Pentru restul costurilor de lead punctajul oferit P(n) se calculează proportional, astfel: <i><math>P(n) = (\text{Costul pe lead minim oferit} / \text{Costul pe lead } (n) \text{ care se analizează} ) \times \text{punctaj maxim alocat.}</math></i>	40%	40
	<b><u>TOTAL</u></b>	100%	100

### **DESEMNAREA OFERTEI CÂȘTIGĂTOARE/ALGORITM DE CALCUL SCOR FINAL**

Desemnarea ofertei câștigătoare se va face pe baza punctajul final obținut de fiecare ofertă, ce va fi stabilit prin calcularea sumei punctajelor aferente fiecărui factor de evaluare, calculate conform algoritmului de calcul prezentat anterior.

Oferta cu punctajul final cel mai mare va fi considerată oferta câștigătoare, valoarea de atribuire a contractului, fără TVA, fiind cea specificată în cadrul formularului de ofertă.

Întocmit,  
Conf. univ. dr. ing. ec. Cristina Dragomir

## II. CONDIȚII DE PARTICIPARE

1. Termen de valabilitate ofertă : 30 zile de la data limită de depunere a ofertelor.
2. Criteriul avut în vedere pentru evaluarea ofertelor este **“cel mai bun raport calitate-pret”**, conform art. 187 alin.(3) lit. c) din Legea nr. 98/2016 actualizată, utilizând factorii de evaluare și algoritmul de calcul, cu respectarea condițiilor minime detaliate în cadrul documentației de participare - anunț publicitar, caiet de sarcini, formulare și contract de servicii.
3. Clasamentul ofertelor se va întocmi în ordinea descrescătoare a punctajelor totale, obținute prin aplicarea formulei de calcul menționate.  
Punctajul total se obține prin însumarea punctajelor obținute pentru fiecare din cei trei factori de evaluare menționați.

4. Termen limită de depunere oferte: conform anunț publicat în SEAP și postat pe site-ul universității.

5. **Ofertele pot fi depuse/transmise:**

4.1 **În plic sigilat la Sediul Universității Maritime din Constanța (Sediul central) - Rectorat**, mun. Constanța, str. Mircea cel Bătrân, nr. 104, jud. Constanța, cod poștal 900663, unde va primi un număr de înregistrare cu specificarea orei la care a fost depusă oferta, în plic sigilat, ștampilat și inscripționat. Pe plicul/pachetul exterior se vor scrie următoarele informații:

- Universitatea Maritimă din Constanța – Rectorat, mun. Constanta, str. Mircea cel Bătrân, nr. 104, jud. Constanța, cod poștal 900663.

- Numărul de exemplare: 1 (unu).

- Oferta pentru anunțul publicitar privind achiziția **“Servicii de promovare a ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța prin desfășurarea unei campanii de marketing online cu ajutorul unui sistem dedicat de tip CRM adaptat necesităților universității”** a nu se deschide înainte de \_\_\_\_\_ » (data și ora limita de depunere a ofertelor, specificată în anunțul publicat în SEAP).

**și/sau**

4.2 **pe adresa de e-mail achizitii@cmu-edu.eu**

6. Ofertetele depuse nu vor fi deschise/vizualizate până la data și ora limita de depunere a ofertelor, specificată în anunțul publicat în SEAP.
7. Ofertele depuse după data limită de depunere a ofertelor nu vor fi luate în considerare și vor fi respinse. Nu se acceptă oferte alternative.
8. Dacă ofertantul care va fi desemnat câștigător este înscris în SEAP, acesta va posta oferta și în sistem, în catalogul de produse/servicii/lucrări, sub denumirea mai sus menționată.
9. Operatorii economici vor urmări site-ul universității <https://cmu-edu.eu/anunturi-publicitate/> și/sau Anunțul de publicitate din SEAP, pe perioada cuprinsă între data publicării anunțului de publicitate și termenul limită de depunere a ofertelor, unde autoritatea contractantă poate posta clarificări la documentația de atribuire.
10. Ofertantul va suporta toate costurile asociate elaborării și prezentării ofertei sale, precum și a documentelor care o însoțesc.
11. Oferta va conține:
  - a) Scrisoarea de înaintare (Formular PO-16-03\_F6, Editia: II, Revizia: 2)
  - b) Împuternicire (Formular PO-16-03\_F8, Editia: II, Revizia: 2)(dacă este cazul)
  - c) Declarația pe propria răspundere (PO-16-03\_F9, Editia: II, Revizia: 2)
  - d) Propunerea financiară exprimată în lei (PO-16-03\_F7, Editia: II, Revizia: 2)
  - e) Propunerea tehnică trebuie să corespundă cerințelor prevăzute în caietul de sarcini. Ofertantul va prezenta o detaliere a serviciilor oferite, care să acopere minim cerințele autorității contractante, având în vedere toate specificațiile caietului de sarcini
  - f) Certificat constatator eliberat de Oficiul Național al Registrului Comerțului de pe lângă instanța competentă, din care să reiasă că ofertantul are ca obiect de activitate principal, sau secundar, prestarea de servicii similare celor solicitate prin prezenta documentație de atribuire. Obiectul contractului trebuie să aibă corespondent în clasificarea CAEN (cazul persoanelor juridice/fizice române)/în clasificarea NACE din țara de origine sau în țara în care este stabilit ofertantul (cazul persoanelor juridice/fizice străine).

Certificatul va fi prezentat: în original/copie lizibilă cu mențiunea "conform cu originalul", semnat autorizat și stampilat/în formă electronică, având încorporată, atașată sau logic asociată semnătura electronică extinsă.

Informațiile cuprinse în certificatul constatator trebuie să fie reale/actuale la data limită de depunere a ofertelor.

- g) **Experiență similară:** Ofertantul trebuie să facă dovada, prin prezentarea de documente relevante cu mențiunea conform cu originalul, a experienței privind prestarea de servicii de promovare printr-o platforma online de tip CRM. Din documentele prezentate trebuie să reiasă faptul că ofertantul a prestat minim un contract având ca obiect serviciul de promovare cu ajutorul unui sistem dedicat de tip CRM în ultimii 3 ani, calculați până la data limită de depunere a ofertei.
- h) **Certificate de atestare fiscală** care să dovedească modul de îndeplinire a obligațiilor de plată a impozitelor, taxelor, contribuțiilor și a altor venituri datorate de ofertant, la bugetul general consolidat, bugetul local etc. ofertantului clasat pe primul loc din punct de vedere al punctajului obținut.

12. Modul de prezentare al ofertei:

a) Modul de prezentare a propunerii tehnice

- Elementele propunerii tehnice se vor prezenta detaliat și complet în corelație cu specificațiile tehnice din caietul de sarcini, astfel încât acestea să permită identificarea cu ușurință a corespondenței ofertei cu cerințele autorității contractante.

b) Modul de prezentare a propunerii financiare

- Actul prin care operatorul economic își manifesta voința de a se angaja din punct de vedere juridic în relația contractuală cu autoritatea contractantă, îl reprezintă Formularul de ofertă PO-16-03\_F7, Editia: II, Revizia: 2.

13. Neprezentarea în cadrul ofertei a Documentelor de calificare și/sau Propunerii tehnice și/sau Propunerii financiare are ca efect respingerea acesteia ca inacceptabilă/neconformă/neadecvată, după caz, funcție de motivele concrete care au stat la baza deciziei. Autoritatea contractantă poate solicita, pe parcursul perioadei de evaluare a ofertelor, clarificări/completări ale Documentelor de calificare și/sau Propunerii tehnice și/sau Propunerii financiare, conform cerințelor autorității contractante, cu respectarea principiilor prevăzute la art. 2 din Legea nr. 98/2016.

14. Angajamentul legal prin care se angajează cheltuielile aferente achiziției directe va lua forma unui **contract de achiziție publică conform art. 43 alin.5 din HG nr. 395/2016 pentru aprobarea Normele metodologice de aplicare a prevederilor referitoare la atribuirea contractului de achiziție publică/acordului-cadru din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice, cu modificările și completările ulterioare. Achiziția se consideră atribuită numai după semnarea contractului de către ambele părți.**

- Dacă ofertantul care va fi desemnat câștigător este înscris în SEAP, acesta poate posta oferta și în sistem, în catalogul de produse/servicii/lucrări, sub denumirea "Servicii de promovare a ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța prin desfășurarea unei campanii de marketing online cu ajutorul unui sistem dedicat de tip CRM adaptat necesităților universității \_Anunt publicitar nr. ....", cod CPV 79342200-5 Servicii de promovare.

Serviciul Achiziții publice,  
Madalina Moldoveanu

Șef Serviciu Achiziții publice,  
Ing. Stoian Cristalina

### III. FORMULARE

PO-16-03\_F6, Editia: II, Revizia: 2

OPERATOR ECONOMIC

\_\_\_\_\_

(denumirea/numele)

Înregistrat la sediul autorității contractante

Nr. \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_ . \_\_\_\_ . 2022

Ora de depunere: \_\_\_\_\_

### SCRISOARE DE ÎNAINȚARE

Către,

\_\_\_\_\_

(denumirea autorității contractante și adresa completă)

Ca urmare a anunțului publicitar, publicat în SEAP cu nr .....

(nr. anunț publicitate din SEAP)

privind atribuirea contractului/contractelor.....

(denumirea contractului de achiziție publică)

noi ..... vă transmitem alăturat următoarele:

(denumirea/numele operatorului economic)

1. Coletul sigilat și marcat în mod vizibil conținând oferta, în original.

2. Informații în legătură cu atribuirea contractului mai sus menționat:

2.1. numele și prenumele persoanei/persoanelor împuternicite să semneze documentele pentru prezenta achiziție: .....

2.2. adresa pentru corespondență valabilă pentru comunicare la prezenta achiziție:

.....

2.3. telefon valabil pentru comunicare la prezenta achiziție: .....

2.4. fax valabil pentru comunicare la prezenta achiziție: .....

2.5. e-mail valabil pentru comunicare la prezenta achiziție: .....

Data completării .....

Operator economic,

.....

(numele/denumirea operatorului economic)

.....

(nume, semnătura autorizată și ștampila)



OPERATOR ECONOMIC

\_\_\_\_\_  
(denumirea/numele)

**FORMULAR DE OFERTĂ**

Către \_\_\_\_\_  
(denumirea autorității contractante și adresa completă)

Domnilor,

1. Examinând documentația de atribuire, subsemnații, reprezentanți ai ofertantului \_\_\_\_\_, ne oferim ca, în conformitate  
(denumirea/numele ofertantului)

cu prevederile și cerințele cuprinse în documentația de atribuire, să prestăm \_\_\_\_\_ lei  
(denumirea serviciilor) (suma in litere si in cifre)

plătibilă după recepția serviciilor, la care se adaugă taxa pe valoarea adăugată în valoare de \_\_\_\_\_.  
(suma in litere si in cifre)

2. Ne angajăm ca, în cazul în care oferta noastră este stabilită câștigătoare, să prestăm serviciile în conformitate cu propunerea tehnică, în perioada de timp solicitată de autoritatea contractantă.

3. Ne angajăm să menținem această ofertă valabilă pentru o durată de \_\_\_\_\_  
(durata in litere și cifre)  
zile, respectiv până la data de \_\_\_\_\_, și ea va rămâne obligatorie pentru noi  
(ziua/luna/anul)

și poate fi acceptată oricând înainte de expirarea perioadei de valabilitate.

4. Până la încheierea și semnarea contractului de achiziție publică, aceasta ofertă, împreună cu comunicarea transmisă de dumneavoastră, prin care oferta noastră este stabilită câștigătoare, vor constitui un contract angajant între noi.

5. Înțelegem că nu sunteți obligați să acceptați oferta cu cel mai scăzut preț sau orice altă ofertă pe care o puteți primi.

Data \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

\_\_\_\_\_, în calitate de \_\_\_\_\_, legal autorizat să semnez  
(semnătura)

oferta pentru și în numele \_\_\_\_\_.  
(denumirea/numele operatorului economic)

**Ofertant**

.....  
(nume, prenume, semnătura autorizată, ștampilă)

## ÎMPUTERNICIRE

Subscrisa ....., cu sediul în ....., înmatriculată la Registrul Comerțului sub nr. ...., CIF ....., atribuit fiscal ....., reprezentată legal prin ....., în calitate de ....., împuternicim prin prezenta pe ....., domiciliat în ....., identificat cu B.I./C.I. seria ....., nr. ...., CNP ....., eliberat de ....., la data de ....., având funcția de ....., să ne reprezinte la achiziția **“Servicii de promovare a ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța prin desfășurarea unei campanii de marketing online cu ajutorul unui sistem dedicat de tip CRM adaptat necesităților universității”**, organizată de autoritatea contractantă UNIVERSITATEA MARITIMĂ DIN CONSTANȚA.

În îndeplinirea mandatului său, împuternicitul va avea următoarele drepturi și obligații:

1. Să semneze toate actele și documentele care emană de la subscrisa în legătură cu participarea la prezenta achiziție;
2. Să participe în numele subscrisei la achiziție și să semneze toate documentele rezultate pe parcursul și/sau în urma desfășurării achiziție.
3. Să răspundă solicitărilor de clarificare formulate în timpul desfășurării achiziție.

Prin prezenta, împuternicitul nostru este pe deplin autorizat să angajeze răspunderea subscrisei cu privire la toate actele și faptele ce decurg din participarea la achiziție.

Data .....

Denumirea mandantului,

.....

(numele, prenume)

.....

(funcția)

.....

(semnătură reprezentant legal, ștampila)

OPERATOR ECONOMIC

\_\_\_\_\_  
(denumirea/numele)

**DECLARAȚIE PE PROPRIA RĂSPUNDERE**  
privind achiziția

**“Servicii de promovare a ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța prin desfășurarea unei campanii de marketing online cu ajutorul unui sistem dedicat de tip CRM adaptat necesităților universității”**

Subsemnatul..... reprezentant legal al operatorului economic  
....., declar pe propria răspundere sub sancțiunile aplicate faptei de fals în acte  
publice că:

1. deținem toate autorizațiile impuse de legislația în vigoare, necesare derulării contractului;
2. deținem experiența și capacitatea tehnică, să executăm obligațiile contractuale eficient, prompt într-o manieră profesională, prudentă și competentă, în conformitate cu cerințelor impuse prin documentația de atribuire, în conformitate cu cea mai bună practică industrială și legislația specifică în vigoare și acceptăm să punem la dispoziție întreaga dotare și personalul specializat de-a lungul perioadei de execuție a contractului;
3. nu ne aflăm în niciuna din situațiile menționate la art. 164 alin. (1), art. 165 alin (1) și art. 167 din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice, cu modificările și completările ulterioare;
4. prețul ofertat este corespunzător în totalitate, reprezintă prețul ferm, fără niciun fel de excluderi și include toate costurile directe și indirecte pentru prestarea/executarea completă, de calitate și corespunzătoare a contractului.
5. societatea pe care o reprezint \_\_\_\_\_ are achitate la zi toate obligațiile

(denumirea operatorului economic)

de plata către bugetul general consolidat al statului și către bugetul local și nu are datorii restante la data prezentei sau quantumul impozitelor, taxelor și contribuțiilor la bugetul general consolidat datorate și restante este mai mic de 10.000 lei.

Întocmită într-un exemplar, pe propria raspundere, cunoscând că declarațiile inexacte sunt pedepsite conform legii.

Data .....  
(numele, prenume).....  
(funcția).....  
(semnătura reprezentant legal, ștampila).....

## IV. CONTRACT DE SERVICII

Nr \_\_\_\_\_

**1. Părți contractante**

În temeiul art. 7 alin. (5) din Legea nr. 98 din 19 mai 2016 privind achizițiile publice, cu modificările și completările ulterioare și art. 43 - art. 46 din H.G. nr. 395/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor referitoare la atribuirea contractului de achiziție publică/acordului cadru din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice, cu modificările și completările ulterioare, s-a încheiat prezentul contract de servicii, între

**Universitatea Maritimă din Constanța**, cu sediul în mun. Constanța, str. Mircea cel Bătrân, nr. 104, telefon 0241/664740, fax 0241/617260, e-mail: [info@cmu-edu.eu](mailto:info@cmu-edu.eu), cod fiscal 2747321, cont RO62TREZ23F650601200130X deschis la Trezoreria Constanța, reprezentată legal prin **Rector, Prof. univ. dr. ing. Violeta - Vali CIUCUR** în calitate de **achizitor**, pe de o parte

și  
 \_\_\_\_\_, cu sediul în \_\_\_\_\_, str. \_\_\_\_\_ nr. \_\_\_\_\_, bl. \_\_\_\_\_, ap. \_\_\_\_\_, telefon \_\_\_\_\_, fax \_\_\_\_\_, e-mail \_\_\_\_\_ număr de înmatriculare J \_\_\_\_\_, cod unic de înregistrare \_\_\_\_\_, cont \_\_\_\_\_ deschis la \_\_\_\_\_, reprezentată prin \_\_\_\_\_, în calitate de **prestator**, pe de altă parte.

**2. Definiții**

2.1 În prezentul contract următorii termeni vor fi interpretați astfel:

- a) **contract** - prezentul contract și toate anexele sale;
- b) **achizitor și prestator** - părțile contractante, așa cum sunt acestea numite în prezentul contract;
- c) **prețul contractului** - prețul plătit prestatorului de către achizitor, în baza contractului, pentru îndeplinirea integrală și corespunzătoare a tuturor obligațiilor asumate prin contract, pentru serviciile efectiv acceptate ca fiind corespunzătoare de către achizitor;
- d) **servicii** - totalitatea activităților pe care prestatorul trebuie să le realizeze și care fac obiectul prezentului contract;
- e) **forță majoră** - orice eveniment extern, imprevizibil, absolut invincibil și inevitabil, care nu putea fi prevăzut la momentul încheierii contractului și care face imposibilă executarea și, respectiv, îndeplinirea contractului; sunt considerate asemenea evenimente: războaie, revoluții, incendii, inundații sau orice alte catastrofe naturale, restricții apărute ca urmare a unei carantine, embargou, enumerarea nefiind exhaustivă, ci enunțiativă. Nu este considerat forță majoră un eveniment asemenea celor de mai sus care, fără a crea o imposibilitate de executare, face extrem de costisitoare executarea obligațiilor uneia din părți;
- f) **zi** - zi calendaristică; an - 365 de zile;
- g) **act adițional** - document prin care se pot modifica termenii și condițiile contractului de prestări servicii.
- h) **penalitate contractuală** - despăgubirea stabilită în contractul de servicii ca fiind plătită de către una din părțile contractante către cealaltă parte, în caz de neîndeplinire sau îndeplinire necorespunzătoare a obligațiilor din contract.

**3. Interpretare**

3.1 În prezentul contract, cu excepția unei prevederi contrare, cuvintele la forma singular vor include forma de plural și vice versa, acolo unde acest lucru este permis de context.

3.2 Termenul "zi" sau "zile" sau orice referire la zile reprezintă zile calendaristice dacă nu se specifică în mod diferit.

3.3 Cuvintele referitoare la persoane sau părți vor include societățile și companiile, precum și orice organizație având personalitate juridică.

3.4 Clauzele și expresiile vor fi interpretate prin raportare la întregul contract.

#### **4. Obiectul principal și prețul contractului**

4.1 Prestatorul se obligă să presteze **Servicii de promovare a ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța prin desfășurarea unei campanii de marketing online cu ajutorul unui sistem dedicat de tip CRM (Customer Relationship Management – Gestionarea relațiilor cu clienții) adaptat necesităților universității, proiect CNFIS-FDI-2022-0440**, în conformitate cu Propunerea tehnică și Documentația de atribuire și Anunțul de publicitate SEAP nr. \_\_\_\_\_.

4.2 **Prețul total convenit pentru îndeplinirea contractului, plătit prestatorului de către achizitor, este de \_\_\_\_\_ lei, la care se adaugă TVA în valoare de \_\_\_\_\_ lei.**

#### **5. Durata contractului**

5.1 Prestatorul se obligă să presteze **serviciile de promovare pe rețele de social media a ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța pentru elevi și a programului de consiliere online în vederea incluziunii sociale a studenților, prin desfășurarea unei campanii de marketing online cu ajutorul unui sistem dedicat de tip CRM adaptat necesităților universității**, începând cu data semnării prezentului contract de ambele părți până la data 15.12.2022.

#### **6. Documentele contractului**

6.1 Documentele contractului sunt:

- a) Documentația de atribuire;
- b) Oferta prestatorului (Propunerea tehnică, Propunerea financiară și celelalte documente ale ofertei);
- c) Detaliul cumpărării directe din SEAP (dacă este cazul);
- d) Acte adiționale, dacă există;
- e) Alte documente pe care părțile le înțeleg ca fiind ale contractului.

6.2 Orice contradicție ivită între documentele contractului se va rezolva prin aplicarea ordinei de prioritate stabilită la art. 6.1.

#### **7. Caracterul confidențial al contractului**

7.1 Fără a aduce atingere derulării și execuției prezentului contract, ambele părți contractante au obligația de a asigura garantarea protejării acelor informații pe care cealaltă parte le precizează ca fiind confidențiale, în măsura în care, în mod obiectiv, dezvăluirea acestor informații ar prejudicia interesele legitime ale părții.

#### **8. Obligațiile principale ale Prestatorului**

8.1. Prestatorul se obligă să presteze serviciile la prețurile, în cantitățile, la standardele și/sau performanțele prezentate în ofertă (propunerea tehnică și propunerea financiară).

8.2. Prestatorul se obligă să promoveze **pe 4 canale de social media** (TikTok, Instagram, Facebook și YouTube) **oferta educațională incluzivă** a Universității Maritime din Constanța pentru elevi și programul de consiliere online în vederea incluziunii sociale a studenților, **prin desfășurarea unei campanii de marketing online cu ajutorul unui abonament CRM adaptat necesităților universității**, pentru un public țintă de minim 400 elevi din minim 15 localități din mediul rural și medii defavorizate și pentru studenții Universității Maritime din Constanța.

8.3. Prestatorul se obligă să realizeze campania care va include **design și formularea de conținut adecvat campaniei de marketing prin realizarea unui portofoliu** pentru Universitatea Maritimă din Constanța cu materiale de marketing despre educația incluzivă din domeniul maritim și **despre programul de consiliere pentru studenți** (fluturași, postări, materiale vizuale) **precum și promovarea acestora pe următoarele 4 rețele de social media**: TikTok, Instagram, YouTube și Facebook, inclusiv prin implicarea colaborării cu (micro) influenceri din social media, în baza unui calendar care să corespundă cu sesiunile de înscriere pentru examenul de admitere (iulie și respectiv septembrie 2022).

8.4. Prestatorul se obligă să realizeze campania de marketing care va include și promovarea (prin postări și/sau colaborare cu influenceri din social media) Programului de consiliere online în vederea incluziunii sociale a studenților (programul include întâlniri online pe Zoom dedicate inclusiv motivării fetelor/ studentelor pentru a urma studii universitare în domeniul maritim).

8.5. Prestatorul se obligă și garantează:

a) să supravegheze prestarea serviciilor, să asigure resursele umane, materialele, instalațiile, echipamentele și orice alte asemenea, fie de natură provizorie, fie definitivă, cerute de și pentru contract, în măsura în care necesitatea asigurării acestora este prevăzută în prezentul contract sau se poate deduce în mod rezonabil din contract;

- b) să presteze serviciile ce formează obiectul prezentului contract în termenii conveniti; Totodată prestatorul este răspunzător atât de siguranța tuturor operațiunilor și metodelor de prestare utilizate, cât și de calificarea personalului folosit pe toată durata contractului.
  - c) să informeze achizitorul despre modul de prestare a serviciilor, comunicându-i acestuia orice informație de interes, precum și orice documente justificative în legătură cu prestarea serviciilor ce formează obiectul prezentului contract.;
  - d) să înregistreze toate sesizările achizitorului și să ia imediat toate măsurile ce se impun, comunicându-le în scris achizitorului;
  - e) să-și îndeplinească obligațiilor asumate cu bună credință și diligența unui profesionist și să asigure servicii sigure, permanente și continue pe întreaga durată de derulare a prezentului contract;
  - f) că nu va posta/difuză materialele de promovare a ofertei educaționale incluzive a UMC în mediul online fără acordul achizitorului emis pentru fiecare postare/difuzare;
- 8.6. Prestatorul se obligă să despăgubească achizitorul împotriva oricărui:
- a) reclamații și acțiuni în justiție, ce rezultă din încălcarea unor drepturi de proprietate intelectuală (brevete, nume, mărci înregistrate etc.), legate de echipamentele, materialele, instalațiile sau utilajele folosite( după caz) pentru sau în legătură cu serviciile prestate;
  - b) daune-interese, costuri, taxe și cheltuieli de orice natură aferente.

### **9. Obligațiile principale ale achizitorului**

- 9.1. Achizitorul se obligă să depună toate eforturile pentru asigurarea unei colaborări eficiente cu prestatorul.
- 9.2. Achizitorul se obligă să recepționeze serviciile prestate în termen de maxim 5 (cinci) zile lucrătoare de la primirea solicitării prestatorului de efectuare a recepției.
- 9.3. Achizitorul se obligă să plătească prețul către prestator în maxim 30 (treizeci) zile, în baza facturii emise de prestator și a procesului verbal de recepție a serviciilor prestate, semnat de achizitor fără obiecțiuni.
- 9.4. Dacă achizitorul nu onorează facturile în termen de 15 (cincisprezece) zile de la expirarea perioadei convenite, prestatorul are dreptul de a sista prestarea serviciilor. Imediat ce achizitorul onorează factura, prestatorul va relua prestarea serviciilor în cel mai scurt timp posibil.

### **10. Sancțiuni pentru neîndeplinirea culpabilă a obligațiilor**

- 10.1 În cazul în care, prestatorul nu își îndeplinește la termen obligațiile asumate, atunci achizitorul are dreptul de a deduce din prețul contractului, ca penalități, o sumă echivalentă cu o cotă procentuală de 0,05%/zi de întârziere, din prețul contractului, până la îndeplinirea efectivă a obligațiilor, fără nicio formalitate prealabilă și fără intervenția instanțelor de judecată.
- 10.2 În cazul în care achizitorul nu își onorează obligațiile în termenul convenit, atunci acestuia îi revine obligația de a plăti, ca penalități, o sumă echivalentă cu o cotă procentuală de 0,05%/zi de întârziere din valoare contractului, până la îndeplinirea efectivă a obligațiilor.
- 10.3 Nerespectarea obligațiilor asumate prin prezentul contract de către una dintre părți, în mod culpabil și repetat, dă dreptul părții lezate de a considera contractul de drept reziliat și de a pretinde plata de daune-interese.
- 10.4 Dacă pe parcursul prestării serviciilor se constată faptul că acestea nu respectă cerințele minime ale achizitorului, asumate de prestator prin Propunerea tehnică serviciile vor fi refuzate, achizitorul solicitând plata de daune interese.

### **11. Recepții, inspecții, teste și verificări**

- 11.1 Achizitorul are dreptul de a efectua controlul calității serviciilor prestate și de a inspecta modul de prestare al serviciilor, pentru a verifica conformitatea lor cu specificațiile din ofertă.
- 11.2 În cazul în care se constată că sunt lipsuri sau deficiențe, acestea vor fi notificate prestatorului, stabilindu-se și termenele pentru remediere. În situația în care prestatorul nu respectă termenul de remediere stabilit în condițiile anterior arătate, prevederile art. 10.1 din prezentul Contract se aplică în mod corespunzător După constatarea remedierii tuturor lipsurilor și deficiențelor, la o nouă solicitare a prestatorului, achizitorul va efectua recepția.
- 11.3 Dreptul achizitorului de a inspecta, testa și dacă este necesar, de a respinge, nu va fi limitat sau amânat datorită faptului că serviciile au fost inspectate și testate de prestator cu sau fără participarea unui reprezentant al achizitorului.
- 11.4 Prevederile art. 11.1 – art. 11.3 nu îl vor absolve pe prestator de obligația asumării altor obligații prevăzute în contract.

## **12. Conflictul de interese**

12.1. Prestatorul va lua toate măsurile necesare pentru a preveni ori stopa orice situație care ar putea compromite executarea obiectivă și imparțială a contractului.

12.2. Achizitorul își rezervă dreptul de a verifica dacă măsurile luate sunt corespunzătoare și poate solicita măsuri suplimentare dacă este necesar. Prestatorul se va asigura că personalul său, salariat sau contractat de el, inclusiv conducerea și salariații din teritoriu, nu se află într-o situație care ar putea genera un conflict de interese. Prestatorul va înlocui, în 5 (cinci) zile și fără vreo compensație din partea achizitorului, orice membru al personalului său salariat ori contractat, inclusiv conducerea ori salariații din teritoriu, care se regăsește într-o astfel de situație.

12.3. Prestatorul trebuie să evite orice contact care ar putea să-i compromită independența ori pe cea a personalului său, salariat sau contractat, inclusiv conducerea și salariații din teritoriu. În cazul în care prestatorul nu-și menține independența, achizitorul, fără afectarea dreptului acestuia de a obține repararea prejudiciului ce i-a fost cauzat ca urmare a situației de conflict de interese, va putea decide încetarea de plin drept și cu efect imediat a contractului, în condițiile prevăzute în prezentul contract.

12.4. Prestatorul cu care autoritatea contractantă a încheiat contractul de achiziție publică nu are dreptul de a angaja sau încheia orice alte înțelegeri privind prestarea de servicii, direct ori indirect, în scopul îndeplinirii contractului de achiziție publică, cu persoane fizice sau juridice care au fost implicate în procesul de verificare/evaluare a solicitărilor de participare/ofertelor depuse în cadrul unei proceduri de atribuire ori angajați/foști angajați ai autorității contractante sau ai prestatorului de servicii de achiziție implicat în procedura de atribuire cu care autoritatea contractantă/ prestatorului de servicii de achiziție implicat în procedura de atribuire a încetat relațiile contractuale ulterior atribuirii contractului de achiziție publică, pe parcursul unei perioade de cel puțin 12 (douăsprezece) luni de la încheierea contractului, sub sancțiunea rezoluției ori rezilierii de drept a contractului respectiv.

## **13. Caracterul confidențial al contractului**

13.1. Părțile convin să păstreze în strictă confidențialitate informațiile contractuale și sunt de acord să prevină orice utilizare sau divulgare neautorizată a acestora. Părțile înțeleg să utilizeze informațiile contractuale doar în scopul de a-și îndeplini obligațiile din prezentul contract

13.2. Fără a aduce atingere obligațiilor prevăzute în prezentul contract, părțile se angajează să depună toate diligențele pentru păstrarea confidențialității datelor cu caracter personal în conformitate cu prevederile Directivei (UE) 2016/680 a Parlamentului European și a Consiliului – din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice referitor la prelucrarea datelor cu caracter personal de către autoritățile competente în scopul prevenirii, depistării, investigării sau urmării penale a infracțiunilor sau al executării pedepselor și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Deciziei-cadru 2008/977/JAI a Consiliului și în conformitate cu prevederile Regulamentului nr. 679 din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE (Regulamentul general privind protecția datelor)

13.3. Părțile vor fi exonerate de răspunderea pentru dezvăluirea informațiilor prevăzute la alineatul precedent dacă:

(a) Informația a fost dezvăluită după ce a fost obținut acordul scris al celeilalte părți contractante în acest sens, cu respectarea prevederilor legale incidente;

(b) Partea contractantă a fost obligată în mod legal să dezvăluie informația.

13.4. Prestatorul va avea în vedere ca toate informațiile, datele, rapoartele, analizele și orice alte materiale pe care acesta le va elabora sunt considerate confidențiale, dacă achizitorul nu dispune altfel. Livrările contractului sau orice alt material redactat de către prestator reprezintă proprietatea exclusivă a achizitorului și nu pot fi date publicității, decât după primirea acordului scris al acesteia.

13.5. În privința relațiilor cu media, prestatorul nu este autorizat să facă declarații, să susțină interviuri, să răspundă unor întrebări și să comunice, prin oricare dintre mijloacele utilizate de/în media, informații în legătură cu analizele, datele și documentele pe care acesta le va obține și prelucra în cursul derulării prezentului contract, fără a avea acordul scris prealabil al achizitorului.

Prestatorul va informa imediat achizitorul cu privire la orice contact cu/solicitat de media în legătură cu acest contract.

## **14. Cesiunea**

14.1 Prestatorul are obligația de a nu transfera total sau parțial obligațiile sale asumate prin contract, fără să obțină, în prealabil, acordul scris al achizitorului.

14.2 Cesiunea nu va exonera prestatorul de nici o responsabilitate privind garanția sau orice alte obligații asumate prin contract.

### **15. Ajustarea prețului contractului**

15.1 Pentru serviciile prestate în baza acestui contract, plățile datorate de achizitor prestatorului sunt cele declarate în propunerea financiară, anexă la contract.

15.2 Prețul contractului este ferm și nu se ajustează pe toată perioada de derulare.

### **16. Amendamente**

16.1 Părțile contractante au dreptul, pe durata îndeplinirii contractului, de a conveni modificarea clauzelor contractului, prin act adițional, numai în cazul apariției unor circumstanțe care lezează interesele comerciale legitime ale acestora și care nu au putut fi prevăzute la data încheierii contractului, excepție modificarea prețului, care este interzisă în orice circumstanțe, în acord cu prevederile art.15.2 din prezentul Contract.

### **17. Subcontractanți**

17.1 (1) Prestatorul este pe deplin și direct răspunzător față de Achizitor de modul în care subcontractanții săi își îndeplinesc partea lor din Contract, între Achizitor și subcontractanți neexistând raporturi juridice de niciun fel, decurgând din prezentul Contract.

(2) Prestatorul are obligația, în cazul în care subcontractează părți din contract, de a încheia contracte cu subcontractanții desemnați, în aceleași condiții în care el a semnat contractul cu achizitorul.

17.2 (1) Prestatorul are obligația de a prezenta la încheierea contractului toate contractele încheiate cu subcontractanții desemnați.

(2) Lista subcontractanților, cu datele de recunoaștere ale acestora, cât și contractele încheiate cu aceștia se constituie în anexe la contract.

17.3 (1) Prestatorul este pe deplin răspunzător față de achizitor de modul în care îndeplinește contractul.

(2) Subcontractantul este pe deplin răspunzător față de prestator de modul în care își îndeplinește partea sa din contract.

17.4 Prestatorul poate schimba oricare subcontractant numai dacă acesta nu și-a îndeplinit partea sa din contract. Schimbarea subcontractantului nu va determina schimbarea prețului contractului și va fi notificată achizitorului.

### **18. Incetarea, rezilierea contractului**

18.1. (1) În cazul în care pe parcursul derulării contractului prestatorul întâmpină dificultăți tehnice deosebite, pentru a căror rezolvare sunt necesare alte metode și soluții tehnice de prestare și a căror pondere în contract este semnificativă, achizitorul poate rezilia contractul din proprie inițiativă sau după caz, la cererea prestatorului.

(2) Dacă prestatorul se află în imposibilitatea de a executa contractul de servicii din motive similare forței majore, contractul va fi reziliat.

18.2 Prezentul contract încetează de plin drept după acordarea unui preaviz de 5 (cinci) zile prestatorului, fără necesitatea unei alte formalități și fără intervenția vreunei autorități sau instanțe de judecată, în oricare dintre situațiile următoare, dar nelimitându-se la acestea:

- a) prestatorul nu își îndeplinește obligațiile stabilite prin oferta tehnică, anexă la contract sau în perioada de timp stabilită în contract;
- b) după semnarea contractului, prestatorul cesionează drepturile sale din contractul de servicii sau subcontractează fără a avea acordul prealabil al achizitorului;
- c) după semnarea contractului, prestatorul a fost condamnat pentru o infracțiune în legătură cu exercitarea profesiei printr-o hotărâre judecătorească definitivă;
- d) împotriva prestatorului a fost pronunțată o hotărâre având autoritate de lucru judecat cu privire la fraudă, corupție, implicarea într-o organizație criminală sau orice altă activitate ilegală în dauna intereselor financiare ale CE;
- e) apariția oricărei alte incapacități legale care să împiedice executarea prezentului contract.

(2) Rezilierea contractului nu constituie un obstacol în exercitarea dreptului achizitorului de a acționa prestatorul, civil sau penal.

18.3. (1) Achizitorul își rezervă dreptul de a denunța unilateral contractul de prestări servicii cu condiția notificării deciziei cu cel puțin 5 (cinci) zile înainte de încetarea efectivă.

(2) În cazul prevăzut la alin (1), prestatorul are dreptul de a pretinde numai plata corespunzătoare pentru partea din prezentul contract îndeplinită până la data denunțării unilaterale a acestuia.



## **19. Forța majoră**

19.1 Forța majoră este constatată de o autoritate competentă.

19.2 Forța majoră exonerează părțile contractante de îndeplinirea obligațiilor asumate prin prezentul contract, pe toată perioada în care aceasta acționează.

19.3 Îndeplinirea contractului va fi suspendată în perioada de acțiune a forței majore, dar fără a prejudicia drepturile ce li se cuveneau părților până la apariția acesteia.

19.4 Partea contractantă care invocă forța majoră are obligația de a notifica celeilalte părți, imediat și în mod complet, producerea acesteia și să ia orice măsuri care îi stau la dispoziție în vederea limitării consecințelor.

19.5 Partea contractantă care invocă forța majoră are obligația de a notifica celeilalte părți încetarea cauzei acesteia în maximum 5 (cinci) zile de la încetare.

19.6 Dacă forța majoră acționează sau se estimează că va acționa o perioadă mai mare de 1 (unu) lună, fiecare parte va avea dreptul să notifice celeilalte părți încetarea de plin drept a prezentului contract, fără ca vreuna din părți să poată pretinde celeilalte daune-interese.

## **20. Solutionarea litigiilor**

20.1. Achizitorul și prestatorul vor face toate eforturile pentru a rezolva pe cale amiabilă, prin tratative directe, orice neînțelegere sau dispută care se poate ivi între ei în cadrul sau în legătură cu îndeplinirea contractului.

20.2. Dacă, după 15 (cincisprezece) zile de la începerea acestor tratative, achizitorul și prestatorul nu reușesc să rezolve în mod amiabil o divergență contractuală, fiecare poate solicita ca disputa să se soluționeze fie prin arbitraj la Camera de Comerț și Industrie a României, fie de către instanțele judecătorești în a caror rază teritorială se află sediul achizitorului.

## **21. Limba care guvernează contractul**

21.1 Limba care guvernează contractul este limba română.

## **22. Comunicări**

22.1 (1) Orice comunicare între părți, referitoare la îndeplinirea prezentului contract, trebuie să fie transmisă în scris.

(2) Orice document scris trebuie înregistrat atât în momentul transmiterii cât și în momentul primirii.

22.2 Comunicările între părți se pot face și prin telefon, posta, fax sau e-mail cu condiția confirmării în scris a primirii comunicării.

## **23. Legea aplicabilă contractului**

23.1. Contractul va fi interpretat conform legilor din România.

Părțile au înțeles să încheie prezentul contract în 2 (două) exemplare originale, câte unul pentru fiecare parte.

**ACHIZITOR,**  
**Universitatea Maritimă din Constanța**  
**Rector,**

**Director General Administrativ**

**Contabil Șef,**

**Consilier juridic,**

**Responsabil derulare contract,**

**PRESTATOR,**