

RAPORT privind prestarea 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

Decembrie 2022

I. Obiectul achiziției publice

Activitatea desfășurată de SC. Clever & Dynamic Systems SRL în luna decembrie 2022 contribuie la prestarea 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) adaptat necesităților universității* în cadrul proiectului CNFIS-FDI-2022-0440.

Prestația contribuie la *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.*

Prestația contribuie la *îmbunătățirea serviciilor de consiliere și orientare profesională, în vederea conștientizării beneficiarilor, elevi și studenți, 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. Întâlnirile online au fost 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.*

S-au prestat:

-A1.1. Servicii specifice unei platforme online CRM adaptate utilizării de către universitate și stabilirea modulelor componente care sunt necesare asistării proceselor esențiale din sistemul de educație: a) accesul echitabil și motivarea elevilor de a participa la serviciile de educație ale UMC;

b) accesul echitabil și 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.

Contractul **"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"**, 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, în baza unui raport lunar întocmit de prestator.
- 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.

II. Îndeplinirea specificațiilor tehnice

II.1. În cadrul contractului s-a urmărit :

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 sistem dedicat de tip **CRM valabil până la data de 15 decembrie 2022 inclusiv**, adaptat necesităților universității, pentru un public țintă de minim 400 elevi din minim 15 localitati din mediul rural si medii defavorizate.
2. Campania 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 (minim 25 postări/ materiale vizuale pe lună) **și promovarea acestora pe următoarele 4 rețele de social media:** TikTok, Instagram, Facebook și YouTube.
3. Campania a inclus și promovarea, prin postări și/sau colaborare cu influenceri din social media, a Programului de consiliere online în vederea incluziunii sociale a studenților, a inclus 2 întâlniri online cu durata de 60 minute realizate prin intermediul aplicației Zoom dedicate inclusiv motivării fetelor/studentelor, înscrise la studii de marină, în vederea continuării studiilor de învățământ tehnic superior în domeniu.
4. Durata campaniei de promovare: de la data semnării contractului până la data de 15 decembrie 2022.
5. Buget total alocat pe luna decembrie pentru campania de marketing online (incluzând abonament la platforma CRM și promovarea platită pe social media și prin influenceri): **8743.6 lei+TVA.**

Specificații îndeplinite în campania de marketing online în luna decembrie 2022:

1. Promovarea s-a concentrat pe următoarele rețele de social media (TikTok, Instagram, Facebook) a ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța 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.
2. Campania de marketing online a beneficiat de suportul sistemului dedicat de tip CRM adaptat necesităților Universității Maritime din Constanța.
3. Campania a fost 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 a avut în vedere oferta educațională incluzivă pentru fete/femei la studii de marină.
5. Campania de promovare pe rețelele de social media (TikTok, Instagram, Facebook si YouTube) a avut ca **livrabile:**

- a. un **portofoliu** de 6 materiale de marketing online cu conținut educațional incluziv (postări sau materiale vizuale/grafice) adaptat specificului Universității Maritime din Constanța. Drepturile de proprietate intelectuală, de utilizare și copyright ale materialelor create de prestator și incluse în portofoliu vor fi cedate Universității Maritime din Constanța.



UNIVERSITATEA MARIITIMĂ
CONSTANȚA
CNPTIS FDI_2022_0440

IMPORTANȚA SPORTULUI ÎN CREAREA UNEI VIETI ECHILIBRATE

8 Decembrie 2022
ora 13.00

Eveniment online

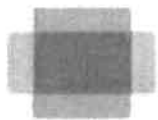
ÎNSCRIE-TE AICI



ANA MARIA BRÎNZĂ

Vicecampionă olimpică la Jocurile Olimpice de vară din 2008 de la Beijing și 2020 de la Tokyo

05.12.2022



5 decembrie 13:18 ✕

CNFIS-FDI-2022-0440

IMPORTANȚA SPORTULUI ÎN CREAREA UNEI VIETI ECHILIBRATE

 8 Decembrie 2022
ora 13.00

Eveniment online

 **ÎNSCRIE-TE AICI** 



ANA MARIA BRÎNZĂ

Vicecampionă olimpică la scrimă
Jocurile Olimpice de vară din 2008
de la Beijing și 2020 de la Tokyo



05.12.2022



UNIVERSITATEA
BUCUREȘTI
CONSTANȚA
CNFIS-101-2022-0440

IMPORTANȚA SPORTULUI ÎN CREAREA UNEI VIETI ECHILIBRATE

 8 Decembrie 2022
ora 13.00

Eveniment online



 ÎNSCRIE-TE AICI

ANA MARIA BRÎNZĂ



UNIVERSITATEA
MARIUS
CONSTANȚA

ENFIS-FDI 2022-049

CINE ESTE ANA MARIA BRÎNZĂ?



**Vicecampionă olimpică la scrimă Jocurile
Olimpice de vară din 2008 de la Beijing și 2020 de
la Tokyo**

**Campionă olimpică pe echipe la ediție din 2016 de la
Rio de Janeiro, de trei ori campioană mondială și de
șapte ori campioană europeană**

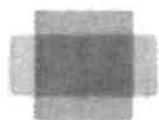
7.12.2022



Doctrina



7.12.2022 - video Tiktok



UNIVERSITATEA
MARTIN LUTHER
CONSTANȚA

ENFIS-FDI-2022-0440

IMPORTANȚA SPORTULUI ÎN CREAREA UNEI VIETI ECHILIBRATE

Eveniment online







[NE VEDEM LA ORA 13 AICI](#)



ANA MARIA BRÎNZĂ

- b. realizarea unei **strategii** și a **planului** de media digitala 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.

Plan social media luna Decembrie 2022

Date	Tip postare	Subiect	Platforme
5.decembrie 2022 Poza	Eveniment 8 decembrie		Instagram/ TikTok/ Facebook
5 decembrie 2022 Story	Promovare eveniment		Instagram/ Facebook
7.decembrie 2022 Story	Promovare eveniment		Instagram/ Facebook
5 decembrie 2022 Story	Promovare eveniment		Instagram/ Facebook
7 decembrie 2022 Story	Promovare eveniment		Instagram/ Facebook
7 decembrie 2022 Video tiktok	Testimoniale		Tiktok/Instagram



Strategie Social Media

Strategie UMC

File Edit View Insert Format Tools Extensions Help Last edit was made on October 11 by Doctrina România

100% Normal text Arial

Strategie UMC

SUMMARY

OUTLINE

Headings you add to the document will appear here

Obiectiv - Creșterea numărului de fete și elevi din mediul rural înscriși la UMC

Obiectiv pe care să îl propunem celor de la UMC dat fiind faptul că perioada contractului este până în decembrie:

- Creșterea numărului de fete și elevi din mediul rural care interacționează cu postările noastre atât organic cât și plătit

Cum facem asta?

Prin campanii de engagement

1. Până în Decembrie un prim val al campaniei
2. Pe termen lung valul 2 și 3 al campaniei (până în Iunie/ Iulie) cu specificația că pentru rezultate bune avem nevoie de o strategie pe termen lung acest lucru implicând prelungirea contractului

Headline campanie val 1

Nu există job pe care fetele nu îl pot face

CTA clar și direct

Strategie

- Conținut organic și plătit ținut pe audiențe
- Testimoniale de la studente chiar și studenți care au terminat sau care studiază în prezent la UMC (testimoniile preferabil ar fi să fie în format video)
- Pooluri pe Instagram (le cerem părerea pe diferite subiecte, aflăm părerea lor despre universitatea, etc)
- Postări prin care să scoatem în evidență ce este fain și mișto la UMC (de ce să se înscrie studenții aici și nu în altă parte?)
- Prezentarea joburilor în special pentru fete, beneficiile, videoclipuri cu foste studente UMC care acum lucrează în domeniu
- Facts - date statistice, știală ca ... Exemplu: știală ca din anul x până acum joburile pentru

Strategie UMC

File Edit View Insert Format Tools Extensions Help Last edit was made on October 11 by Doctrina România

100% Normal text Arial

Strategie UMC

SUMMARY

OUTLINE

Headings you add to the document will appear here

- Prezentarea joburilor în special pentru fete, beneficiile, videoclipuri cu foste studente UMC care acum lucrează în domeniu
- Facts - date statistice, știală ca ... Exemplu: știală ca din anul x până acum joburile pentru fete în domeniul x sunt cu x% mai căutate

Ce ne propunem până în decembrie?

- Să realizăm un prim val al campaniei unde vom pune accentul pe fete, viitoare studente UMC
- Avem headline-ul campaniei
- Avem nevoie de:
 - testimoniale video de la studente
 - să știm care sunt beneficiile pentru care fetele să vină la UMC
 - o listă de job-uri pe care fetele le pot face după terminarea facultății cu o descriere
 - facts care să ne ajute în realizarea postărilor

- Plus alte informații ce ne pot ajuta și inspira în realizarea acelor pooluri pe Instagram
- Dacă avem suficiente informații putem face și infografică pe facebook (carusele pe Instagram) - acestea cresc destul de mult engagementul
- Un CTA clar cu direcție spre fete (mă gândesc eu la ei @)

c. Realizarea de rapoarte lunare de analiză comparativă a eficienței promovărilor pe cele 4 rețele de social media (TikTok, Instagram, YouTube și Facebook).

Rezultate campanii Facebook+Instagram

Caută și filtrează Luna asta: 1 dec. 2022 - 9 dec. 2022

Campanii 1 Incușne selectate x Seturi de reclame pentru 3 Campanii Reclame pentru 3 Campanii

Crează Editare 8 Test A/B Reguli

Dezactivat / Activat	Set de reclame	Setare de atribuire	Rezultate	Impact	Afișări	Cost per rezultat	Suma cheltuită	Se termină
	Audiența Moldova	7 zile după cli...	184	18.650	94.822	0,68 lei	124,41 lei	în desf...
	Audiența RO 6 dec. 2022, 13:34 Verifica setările de atribuire	7 zile după cli...	132	14.438	35.349	0,93 lei	123,54 lei	în desf...
	Audiența asemănătoare Moldova	7 zile după cli...	63	6.365	9.690	0,49 lei	31,12 lei	în desf...
	Audiența asemănătoare RO	7 zile după cli...	109	11.304	18.314	0,48 lei	52,70 lei	în desf...
	Audiența asemănătoare RO	7 zile după cli...	13	1.874	2.823	1,12 lei	14,62 lei	8 dec...
	Audiența Ro zone rurale	7 zile după cli...	41	4.324	5.853	0,70 lei	28,71 lei	8 dec...
	Audiența asemănătoare MD	7 zile după cli...	5	1.214	1.419	1,23 lei	6,16 lei	8 dec...
	Rezultate din 9 seturi de reclame	7 zile după cli...	682	59.229	183.783	0,68 lei	464,61 lei	

Total rezultate campanii Facebook luna decembrie - 682 clickuri pe link

Rezultate campanii Tiktok

TikTok Ads Manager

Campaigns

Ad group

On/...	Name	Budget	Total cost	CPC	CPM	Impressions	Clicks	CTR
	Promovare testimoniale	All	54,25 RON	0,39 RON	1,64 RON	33,166	138	0,42%
	Eveniment 8.12.2022 View data Edit Log	All	99,30 RON	0,43 RON	1,65 RON	60,241	232	0,39%
	Promovare LP youtube	All	166,62 RON	0,46 RON	1,28 RON	130,430	361	0,28%
	Eveniment 11.11.2022	All	0,00 RON	0,00 RON	0,00 RON	0	0	0%
	Eveniment 8.11.2022	All	0,00 RON	0,00 RON	0,00 RON	0	0	0%
	Link UMC	All	0,00 RON	0,00 RON	0,00 RON	0	0	0%
	Promovare eveniment 28.10.2022	All	0,00 RON	0,00 RON	0,00 RON	0	0	0%
	Eveniment 14 octombrie	All	0,00 RON	0,00 RON	0,00 RON	0	0	0%
	Inscrieri UMC septembrie	All	0,00 RON	0,00 RON	0,00 RON	0	0	0%
Total of 13 Campaign(s)			320,17 RON	0,44 RON	1,43 RON	223,837	731	0,33%

Total rezultate Campanii Tiktok luna Decembrie 2022-731 clickuri pe link

6. Obiectivul promovării pe rețelele sociale a condus la **accesarea prin click** a site-ului universității.

7. În luna decembrie 2022 a fost aplicată următoarea structură de finanțare a activităților:

d. Bugetul alocat promovării pe rețelele sociale (TikTok, Instagram, YouTube și Facebook) trebuie să fie oferit până la concurența valorii de **maxim 80%** din valoarea estimată de 46 218 lei fără TVA.

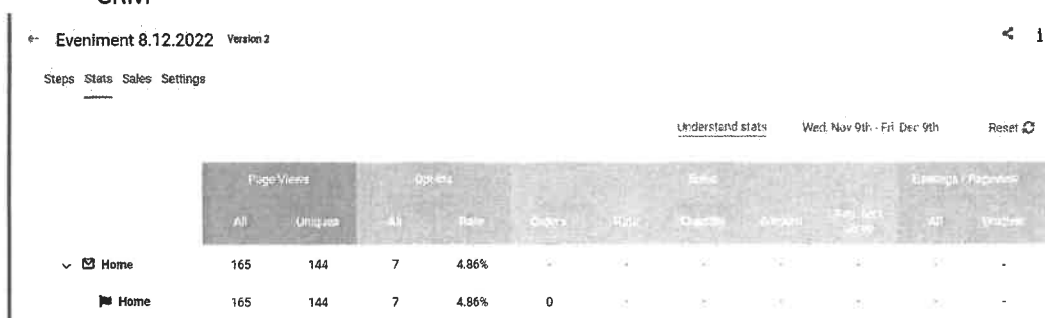
În luna decembrie bugetul alocat promovării pe TikTok a fost de 3700 lei+TVA

În luna decembrie bugetul alocat promovării pe Facebook și Instagram a fost de 4300 lei+TVA

e. Restul sumei include 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). În luna decembrie bugetul alocat abonamentului la platforma CRM a fost de 743.6 lei+TVA.

Platforma CRM pusă în luna decembrie 2022 la dispoziția Universității Maritime din Constanța a avut următoarele funcționalități:

- Este adaptată necesităților universității.
- Achiziția s-a făcut pe bază de abonament.
- Platforma CRM este configurată și conectată cu sursele de comunicare publică ale universității (site universitate www.cmu-edu.eu, cont/canal YouTube, pagina Facebook, cont Instagram și TikTok „umc.official”).
- Platforma CRM permite 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 a **inclus training** specializat online (sau față în față) cu persoana/persoanele din UMC desemnată /desemnate pentru activitatea de lucru cu platforma CRM



Eveniment 8.12.2022 Version 2

Steps Stats Sales Settings

Understand stats Wed, Nov 9th - Fri, Dec 9th Reset

	Page Views		Orders		Sales		Revenue / Profit	
	All	Unique	All	Rate	Orders	Revenue	Profit	Profit
Home	165	144	7	4.86%	0	0	0	0
Home	165	144	7	4.86%	0	0	0	0

Clickuri unice platformă CRM eveniment 8.12.2022 - 144 clickuri

- **Asistență** pentru buna funcționare a platformei
- Accesul la platforma CRM a permis facilitarea comunicării către un public țintă de minim 144 elevi din minim 15 localități din mediul rural și medii defavorizate, inclusiv public de gen feminin, precum și către studenții Universității Maritime din Constanța.

Contacts Smart Lists Bulk Actions Restore Tasks Company Manage Smart Lists

All Studenți UMC, EM an 1 Studenți UMC, MD anul II Studenți UMC, anul I TST EM 1 UMC Studenți UMC, MD anul I More

Total 1612 records | 1 of 81 Pages Page Size 20

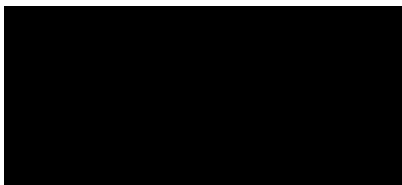
Name	Phone	Email	Created	Last Activity	Tags
Irina Guțu	+373 673 00 232	irinagutu08@gmail.com	Dec 09 2022 09:05 AM (EET)	2 hours ago	
Cristina Bulge			Dec 09 2022 01:55 AM (EET)	9 hours ago	
Ionut Mielu			Dec 09 2022 01:26 AM (EET)	9 hours ago	
dl			Dec 08 2022 11:36 PM (EET)	9 hours ago	
Ioana Uceanu	+40 774 949 058	uceanuioana19@gmail.com	Dec 08 2022 01:16 PM (EET)	22 hours ago	
Marina Daniela Radu			Dec 07 2022 08:54 PM (EET)	1 day ago	
Mario Bădescu	+40 728 122 922	badescumario08@icloud.com	Dec 07 2022 12:28 PM (EET)	23 hours ago	

Contacte platformă CRM

- Platforma a facilitat accesul echitabil la serviciile de educație ale UMC.
- Prin corelarea cu conținutul campaniei de marketing online, platforma contribuie la motivarea studenților UMC de a participa la activități de studiu de marină.
- Platforma a contribuit 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 permite măsurarea și raportarea eforturilor de marketing și a deciziilor bazate pe date (generează rapoarte lunare de funcționare a platformei CRM, în care să se evidențieze eficiența utilizării platformei).

Data: decembrie 2022

Avizat,
Doru Mircea
Stampila, semnătură



APROBATĂ RECEPȚIA,
CONF. UNIV. DR. CRISTINA DRAGOMIR
14.12.2022



RAPORT privind prestarea 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

Noiembrie 2022

I. Obiectul achiziției publice

Activitatea desfășurată de SC. Clever & Dynamic Systems SRL în luna noiembrie 2022 contribuie la prestarea 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) adaptat necesităților universității* în cadrul proiectului CNFIS-FDI-2022-0440.

Prestația contribuie la *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.*

Prestația contribuie la *îmbunătățirea serviciilor de consiliere și orientare profesională, în vederea conștientizării beneficiarilor, elevi și studenți, 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. Întâlnirile online au fost 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.*

S-au prestat:

-A1.1. Servicii specifice unei platforme online CRM adaptate utilizării de către universitate și stabilirea modulelor componente care sunt necesare asistării proceselor esențiale din sistemul de educație: a) accesul echitabil și motivarea elevilor de a participa la serviciile de educație ale UMC;
b) accesul echitabil și 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.

Contractul **"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"**, 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, în baza unui raport lunar întocmit de prestator.
- 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.

II. Îndeplinirea specificațiilor tehnice

II.1. În cadrul contractului s-a urmărit :

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 sistem dedicat de tip **CRM valabil până la data de 15 decembrie 2022 inclusiv**, adaptat necesităților universității, pentru un public țintă de minim 400 elevi din minim 15 localitati din mediul rural si medii defavorizate.
2. Campania 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 (minim 25 postări/ materiale vizuale pe lună) **și promovarea acestora pe următoarele 4 rețele de social media:** TikTok, Instagram, Facebook și YouTube.
3. Campania a inclus și promovarea, prin postări și/sau colaborare cu influenceri din social media, a Programului de consiliere online în vederea incluziunii sociale a studenților, a inclus 2 întâlniri online cu durata de 60 minute realizate prin intermediul aplicației Zoom dedicate inclusiv motivării fetelor/studentelor, înscrise la studii de marină, în vederea continuării studiilor de învățământ tehnic superior în domeniu.
4. Durata campaniei de promovare: de la data semnării contractului până la data de 15 decembrie 2022.
5. Buget total alocat pe luna Noiembrie pentru campania de marketing online (incluzând abonament la platforma CRM și promovarea platită pe social media și prin influenceri):

Specificații îndeplinite în campania de marketing online în luna noiembrie 2022:

1. Promovarea s-a concentrat pe următoarele rețele de social media (TikTok, Instagram, Facebook) a ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța 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.
2. Campania de marketing online a beneficiat de suportul sistemului dedicat de tip CRM adaptat necesităților Universității Maritime din Constanța.
3. Campania a fost 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 a avut în vedere oferta educațională incluzivă pentru fete/femei la studii de marină.
5. Campania de promovare pe rețelele de social media (TikTok, Instagram, Facebook si YouTube) a avut ca **livrabile:**

- a. un **portofoliu** de 30 materiale de marketing online cu conținut educațional incluziv (postări sau materiale vizuale/grafice) adaptat specificului Universității Maritime din Constanța. Drepturile de proprietate intelectuală, de utilizare și copyright ale materialelor create de prestator și incluse în portofoliu vor fi cedate Universității Maritime din Constanța.



UNIVERSITATEA MARIITIMĂ
CONSTANȚA
CNP 1451/2021-0440

MODELE DE SUCCES ÎN CARIERE MARITIME

8 noiembrie 2022
ora 18.00

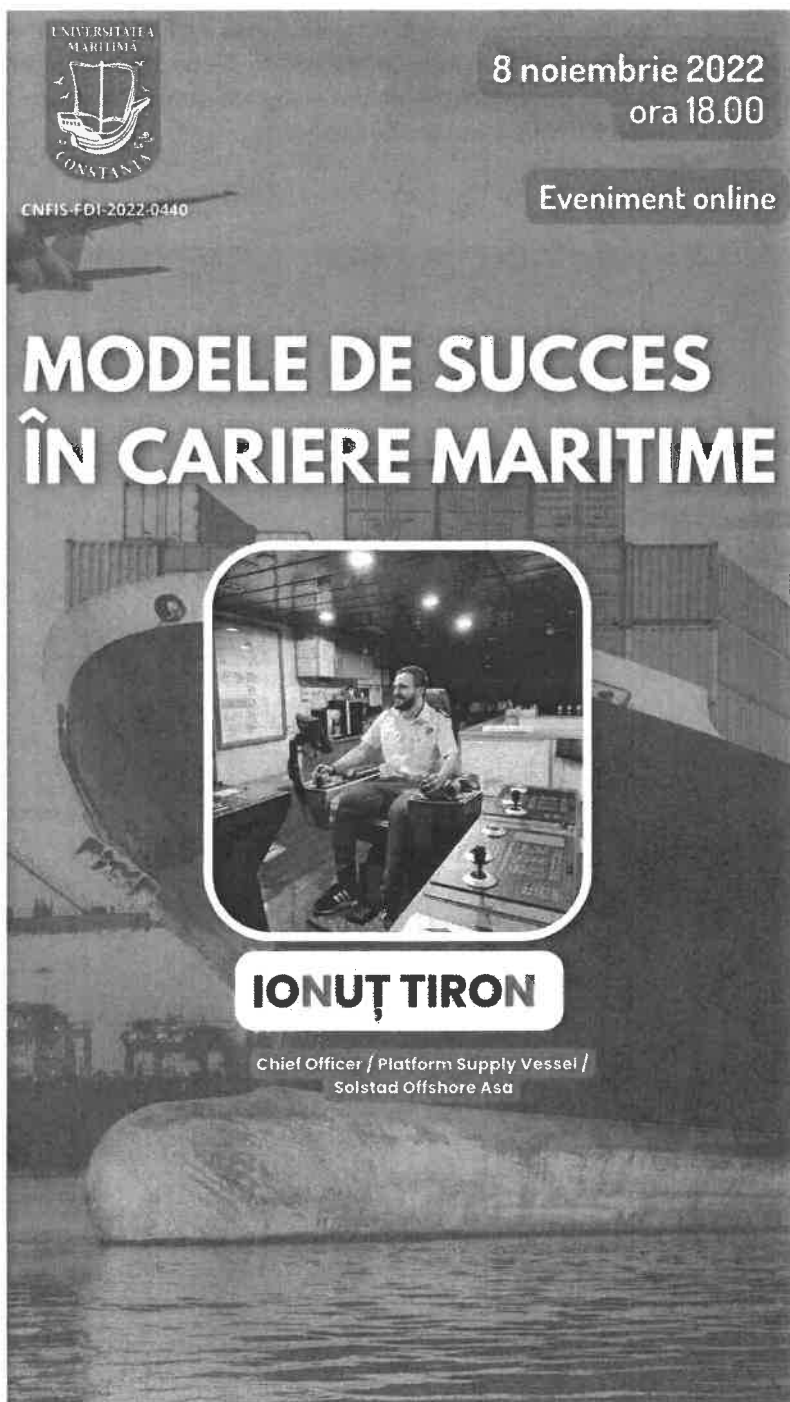
Eveniment online

INSCRIE-TE AICI



IONUȚ TIRON
Chief Officer / Platform Supply Vessel /
Solstad Offshore Asa

04.11.2022




UNIVERSITATEA
MARIȚIMĂ
CONSTANȚA

CNFIS-FDI-2022-0440

8 noiembrie 2022
ora 18.00

Eveniment online

MODELE DE SUCCES ÎN CARIERE MARITIME



IONUȚ TIRON

Chief Officer / Platform Supply Vessel /
Solstad Offshore Asa

04.11.2022



ora 18.00

Eveniment online

CONSTANTA

CNFIS-FDI-2022-0440

MODELE DE SUCCES ÎN CARIERE MARITIME

EVENTIMENT ONLINE

0 0 : 0 0

ore minute secundă

04.11.2022



MARITIMA
CONSTANTA

7 noiembrie 16:13

8 noiembrie 2022
ora 18.00

CNFIS-FDI-2022-0440

Eveniment online

Te întrebi oare ce presupune o carieră în
maritimă? Cum poți obține un astfel de
job?

Te invităm la evenimentul de pe 8
noiembrie, ora 18.00 ca să afli toate aceste
informații de la oameni care au fost cândva
ca tine.

🔗 ÎNSCRIE-TE AICI

07.11.2022



CNFIS-FDI-2022-0440

8 noiembrie 2022
ora 18.00

Eveniment online

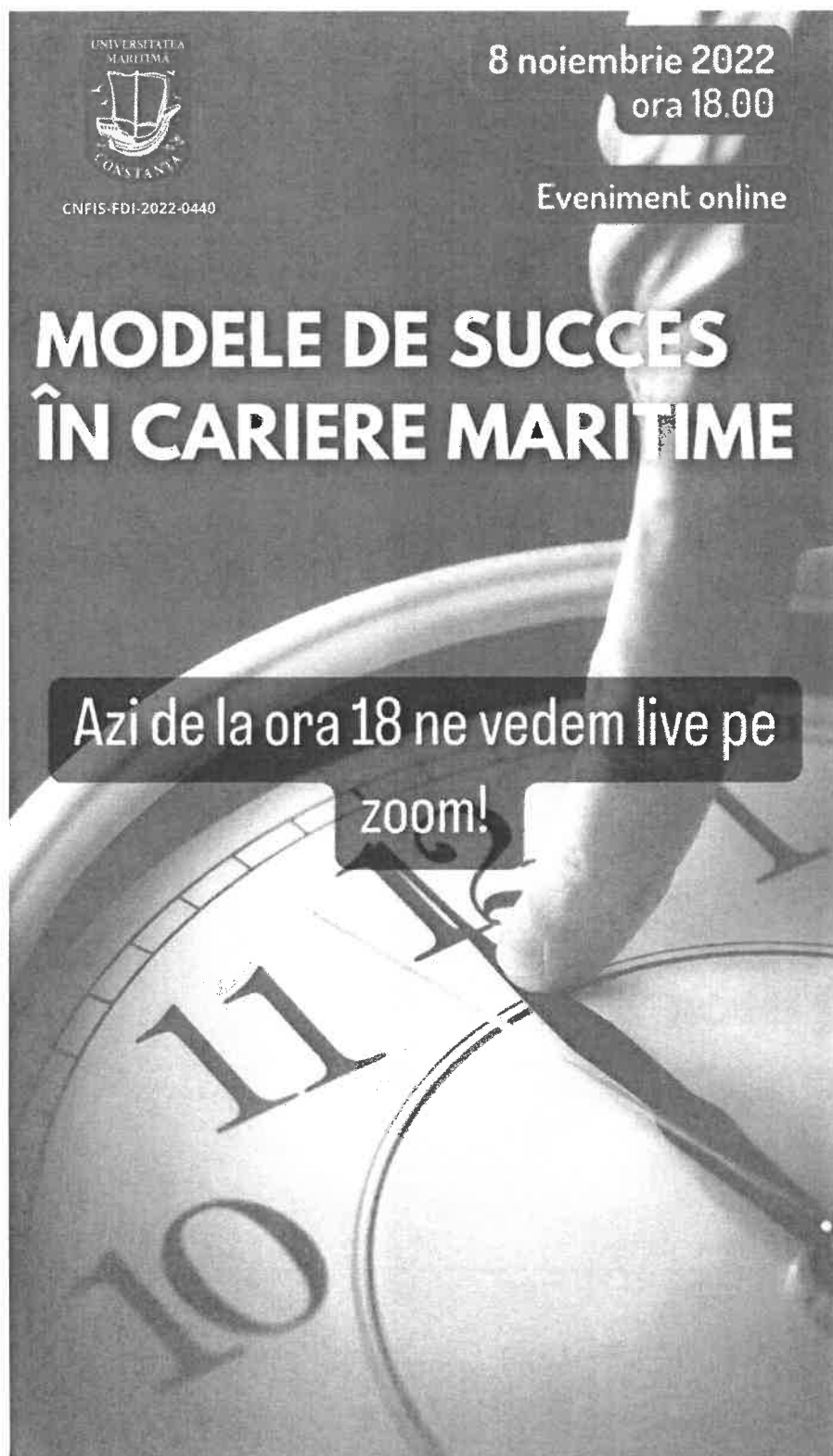
MODELE DE SUCCES ÎN CARIERE MARITIME



IONUȚ TIRON

Chief Officer / Platform Supply Vessel /
Solstad Offshore Asa

08.11.2022



UNIVERSITATEA
MARIITIMA
CONSTANȚA

CNFIS-FDI-2022-0440

8 noiembrie 2022
ora 18.00

Eveniment online

MODELE DE SUCCES ÎN CARIERE MARITIME

Azi de la ora 18 ne vedem live pe
zoom!

08.11.2022



UNIVERSITATEA
MARITIMĂ
CONSTANȚA

CNFIS-FDI-2022-0440

8 noiembrie 2022
ora 18.00

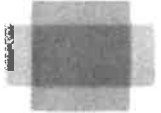
Eveniment online

MODELE DE SUCCES ÎN CARIERE MARITIME

Ne vedem la ora 18.00

 LINK ZOOM

08.11.2022



8.11.2022 - video Tiktok



UNIVERSITATEA ALB IULIUS
FACULTATEA DE ECONOMIE
CNFIS FDI 2022-0440

IMPORTANȚA DISCIPLINEI ÎN CARIERĂ

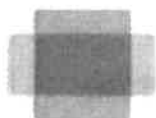
11. 11. 2022 | ora 13.00

Dana Rogoz
Actriță, prezentator TV, designer

INSCRIE-TE AICI



09.11.2022



UNIVERSITATEA
MĂRȘTEA
CONȘTIINȚĂ


CNFIS-FDI-2022-0440

IMPORTANȚA DISCIPLINEI ÎN CARIERĂ

11. 11. 2022 | ora 13.00

Dana Rogoz
Actriță, prezentator TV, designer

09.11.2022




CNFIS-FDI-2022-0440

IMPORTANȚA DISCIPLINEI ÎN CARIERĂ

[@ ÎNSCRIE-TE AICI](#)

Dana Rogoz
Actriță, prezentator TV, designer





CNFIS-FDI-2022-0440

IMPORTANȚA DISCIPLINEI ÎN CARIERĂ

11. 11. 2022 | ora 13.00

De ce să participi la eveniment? 🗨️



VEI AFLA CE PRESUPUNE
DISCIPLINA ȘI CUM TE AJUTĂ SĂ
AJUNGI LA SUCCES



VEI HIVAȚA DE LA CEI MAI BUNI



ȚI VEI ELIMINA ORICE
NELĂMURIRE CU AJUTORUL
SESIUNII DE Q&A DE LA FINAL

[🔗 ÎNSCRIE-TE ACUM](#)



CNFIS-FDI-2022-0440

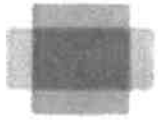
TE AȘTEPTĂM MÂINE DE LA ORA 13.00 PE ZOOM

Dana Rogoz

Actriță, prezentator TV, designer



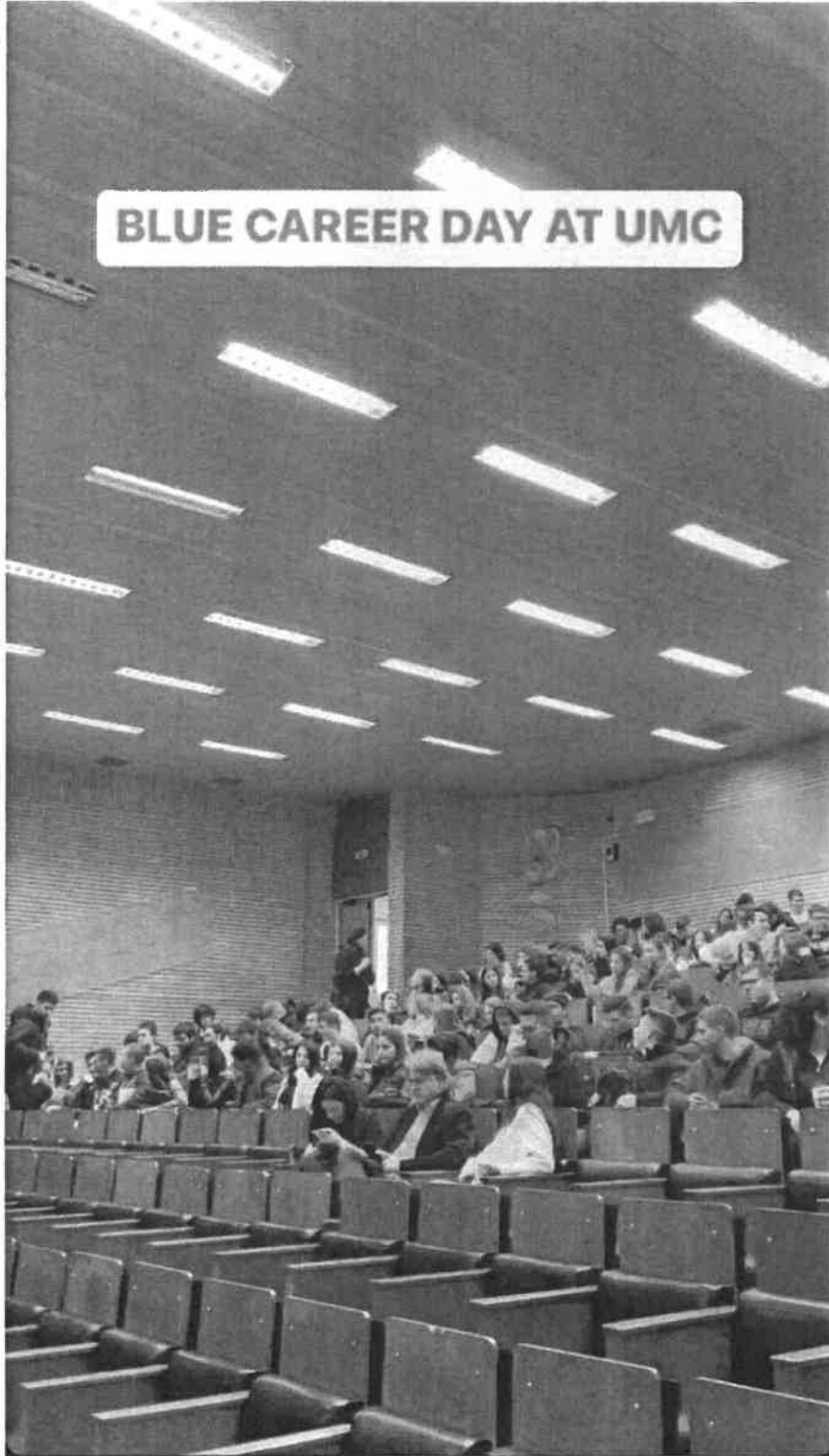
10.11.2022



Doctrina



CleverMarketing



11.11.2022



CNPFIS-FDI-2022-0440

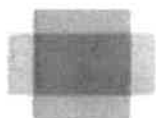
TE AȘTEPTĂM DE LA ORA 13.00 PE ZOOM

 **LINK ZOOM**

Dana Rogoz
Actriță, prezentator TV, designer



11.11.2022



CNFIS-FDI-2022-0440



**DACA ESTI ELEV SI
TE PREGATESTI SA
DEVII STUDENT,
UNIVERSITATEA
MARITIMA DIN
CONSTANTA ITI VINE
IN AJUTOR**



CNFIS-FDI-2022-0440



**TE AJUTAM SA
DESCOPERI CUM ESTE
VIATA DE STUDENT LA
UMC, ITI VOM ARATA CE
OPORTUNITATI EXISTA
IN INDUSTRIA MARITIMA
ATAT PENTRU FETE, CAT
SI PENTRU BAIETI SI ITI
VOM TRIMITE
INFORMATII LEGATE DE
ADMITERE SI INSCRIERE**

18.11.2022



CNFIS-FDI-2022-0440

**ABONEAZA-TE LA
NEWSLETTER-UL
UMC**



**CUM AM AJUNS SĂ
CĂLĂTORESC ÎN
JURUL LUMII ?!**



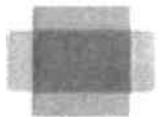
INSCRIE-TE AICI




Alexandra Ciucanu
Deck officer pe nave de pasageri și off-shore,
absolventă masterat UMC în 2021



28. 11. 2022 | ora 18.00

21.11.2022





21 noiembrie 15:38 ✕

 **umc.official**


 **CUM AM AJUNS SĂ
CĂLĂTORESC ÎN
JURUL LUMII ?!** 


Alexandra Ciucanu
Ofițer punte pe nave de pasageri și off-shore,
absolventă masterat UMC în 2021

 Începe aici

 28. 11. 2022 | ora 18.00

umc.official 🌐 Te întrebi ce oportunități de angajare ai
pe viitor în industria maritimă?...

 **ÎNSCRIE-TE ACUM**





14.11.2022 09:00

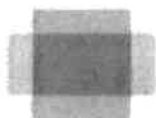
CUM AM AJUNS SĂ CĂLĂTORESC ÎN JURUL LUMII ?!



Alexandra Ciucanu

Ofițer punte pe nave de pasageri și off-shore,
absolventă masterat UMC în 2021

 28. 11. 2022 | ora 18.00



 28. 11. 2022 | ora 18.00

ALEXANDRA CIUCANU ESTE FOSTĂ STUDENTĂ UMC, ABSOLVENTĂ DE MASTER ÎN 2021



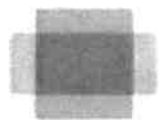
24.11.2022

 28. 11. 2022 | ora 18.00

**ÎN PREZENT ACEASTA
LUCREAZĂ CA
OFIȚER DE PUNTE,
JOB CE ÎI OFERĂ
OPORTUNITATEA DE
A CĂLĂTORI ÎN
JURUL LUMII**



24.11.2022



**DACĂ VREI SĂ AFLI MAI MULTE
DESPRE EXPERIENȚELE
ALEXANDREI ȘI CUM POȚI ȘI TU SĂ
OBTII UN ASTFEL DE JOB TE
AȘTEPTĂM PE 28.11.2022 LA ORA
18.00 LA EVENIMENTUL ONLINE**

**CUM AM AJUNS SĂ
CĂLĂTORESC ÎN
JURUL LUMII ?!**

Alexandra Ciucanu
Deck officer pe nave de pasageri și off-shore,
absolventă masterat UMC în 2021

28. 11. 2022 | ora 18.00



**CUM AM AJUNS SĂ
CĂLĂTORESC ÎN
JURUL LUMII ?!**

De ce să participi la eveniment? 99

- **VEI AFLA CUM POȚI SĂ OBTȚI ȘI TU UN ASTFEL DE JOB**
- **VEI ÎNVĂȚA DIN EXPERIENȚELE ALEXANDREI**
- **ȚI VEI ELIMINA ORICE NELĂMURIRE CU AJUTORUL SESIUNII DE Q&A DE LA FINAL**

 **28. 11. 2022 | ora 18.00**



UNIVERSITATEA MARIIMII CONSTANȚA

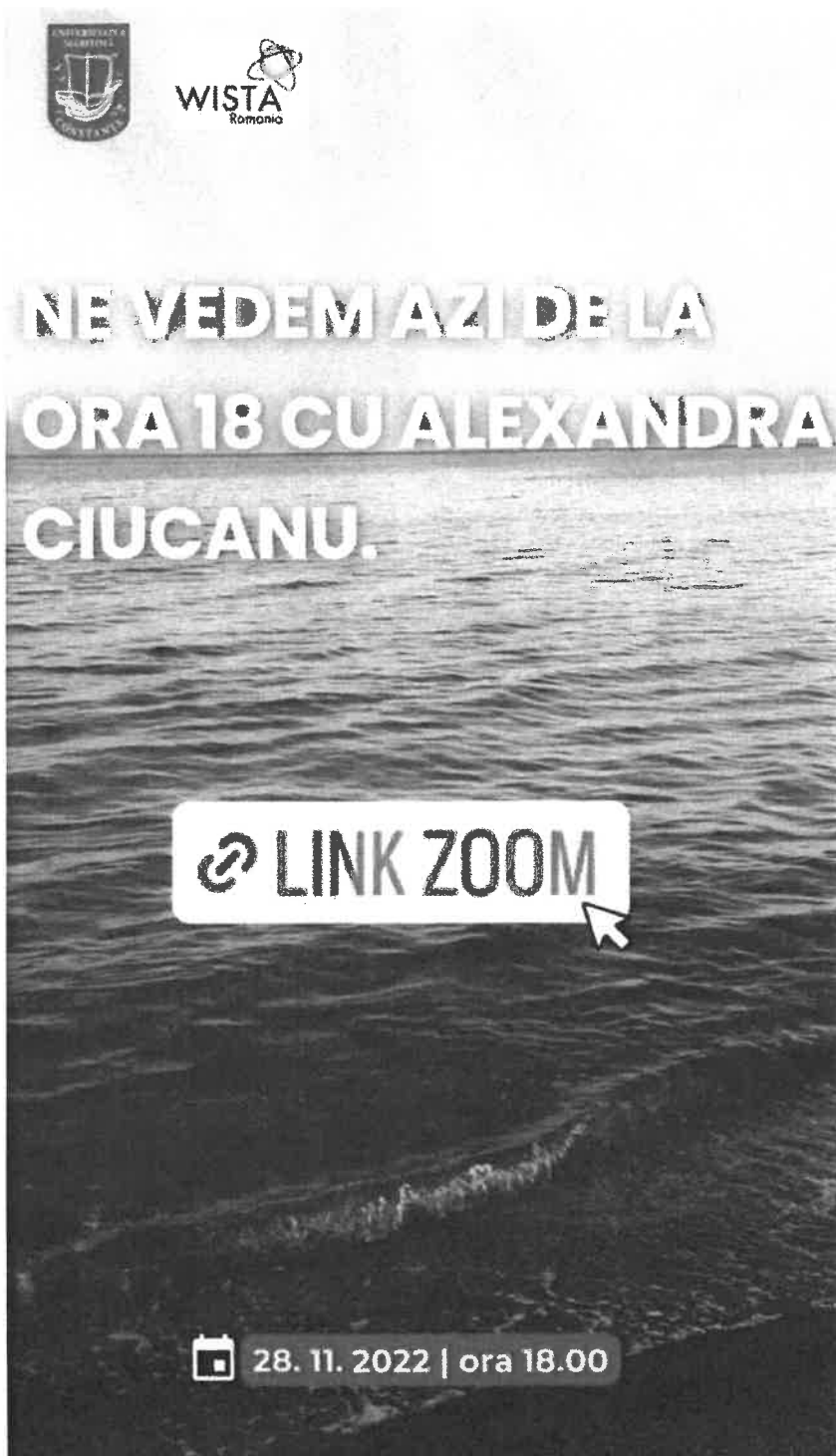
WISTA Romania

CUM AM AJUNS SĂ CĂLĂTORESC ÎN JURUL LUMII ?!



28. 11. 2022 | ora 18.00


The poster features a background image of a wooden deck with a metal railing overlooking a vast body of water under a cloudy sky. The text is overlaid on the upper portion of the image.




UNIVERSITATEA DE ECONOMIE SI BUSINESS

WISTA
Romania

NE VEDEM AZI DE LA
ORA 18 CU ALEXANDRA
CIUCANU.

 LINK ZOOM

 28. 11. 2022 | ora 18.00

28.11.2022



Abonează-te la Newsletter

18.11.2022 - banner promovare Facebook



 **Cât contează educația și disciplina pentru un viitor de succes**

ÎNSCRIE-TE AICI



LUCIAN MÎNDRUȚĂ
Jurnalist, lector universitar și prezentator de televiziune și de radio

 **28 noiembrie 2022**
ora 12.00

Eveniment online

20.11.2022



UNIVERSITATEA
MARITIMĂ
CONSTANȚA

CNFIS-FDI-2022-0440

Cât contează educația și disciplina pentru un viitor de succes

 28 noiembrie 2022
ora 12.00

Eveniment online



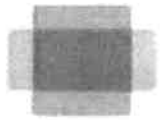
LUCIAN MÎNDRUȚĂ

Jurnalist, lector universitar și
prezentator de televiziune și de radio

ÎNSCRIE-ȚE AICI



20.11.2022

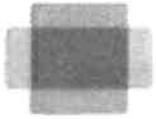


- b. realizarea unei **strategii** și a **planului** de media digitală care să combine generarea de notorietate (reach) și interes (like-uri, share-uri) cu creșterea acțiunii de completare a dosarului de admitere online, de către potențiali candidați.

Plan social media luna Noiembrie 2022

Data	Tip	Descriere	Platforme
4 Noiembrie	Post	Eveniment 8 noiembrie	Instagram/ TikTok/ Facebook
4 Noiembrie	Story	Promovare eveniment	Instagram
7 Noiembrie	Story	Promovare eveniment	Instagram
8 Noiembrie	Video	TikTok cu unversitatea	TikTok/Instagram

Data	Tip	Descriere	Platforme
8 Noiembrie	Story	Promovare eveniment	Instagram
9 Noiembrie	Story	Promovare eveniment	Facebook/ Instagram
10 Noiembrie	Story	Promovare eveniment 11 Noiembrie	TikTok/Instagram/Facebook
9 Noiembrie	Post		Instagram/ Facebook
10 Noiembrie	Post	Promovare eveniment	Instagram/ Facebook

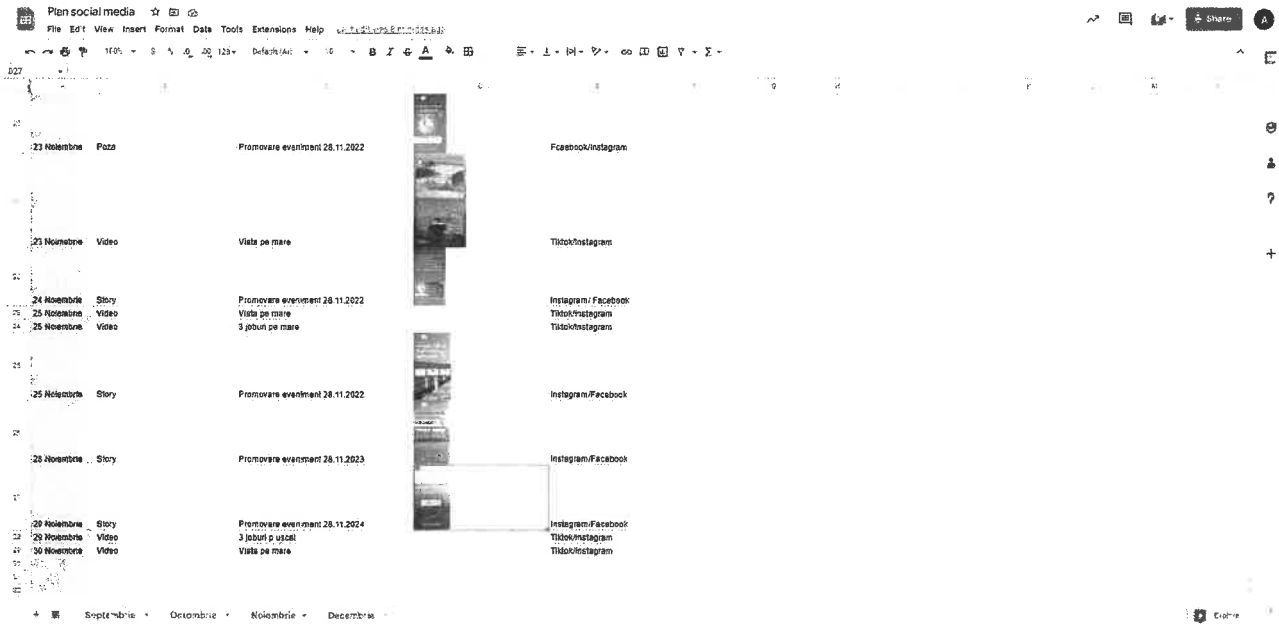


Plan social media

Data	Tip	Descriere	Platforme
10 Noiembrie	Story	Promovare eveniment	Instagram/Facebook
11 Noiembrie	Story	Evenament Facultate	Instagram/Facebook
11 Noiembrie	Story	Promovare eveniment	Instagram/Facebook
15 Noiembrie	Video	Balul bobocilor anului	TikTok
18 Noiembrie	Video	Bus cancer day UMC	TikTok/Instagram
18 Noiembrie	Video	Promovare Workshop	TikTok/Instagram

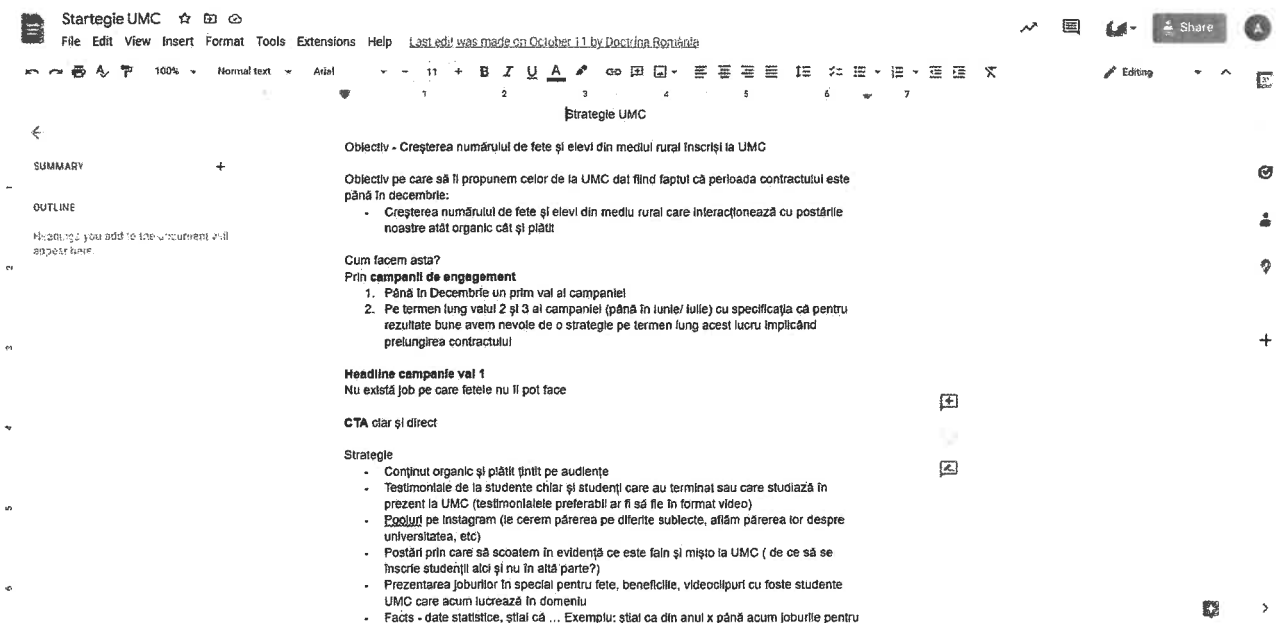
Plan social media

Data	Tip	Descriere	Platforme
21 Noiembrie	Story	Promovare eveniment 28.11.2022	Instagram/Facebook
21 Noiembrie	Poza si video	Promovare eveniment 28.11.2022	Instagram/Facebook/TikTok
21 Noiembrie	TikTok	Balul bobocilor anului	TikTok/Instagram
23 Noiembrie	Poza	Promovare eveniment 28.11.2022	Facebook/Instagram
23 Noiembrie	Video	Viata pe mare	TikTok/Instagram
24 Noiembrie	Story	Promovare eveniment 28.11.2022	Instagram/Facebook
25 Noiembrie	Video	Viata pe mare	TikTok/Instagram
25 Noiembrie	Video	3 zile pe mare	TikTok/Instagram
25 Noiembrie	Story	Promovare eveniment 28.11.2022	Instagram/Facebook



Data	Tip	Scop	Platforme
23 Noiembrie	Foto	Promovare eveniment 28.11.2022	Facebook/Instagram
23 Noiembrie	Video	Viata pe mare	TikTok/Instagram
24 Noiembrie	Story	Promovare eveniment 28.11.2022	Instagram/Facebook
25 Noiembrie	Video	Viata pe mare	TikTok/Instagram
25 Noiembrie	Video	3 joburi pe mare	TikTok/Instagram
25 Noiembrie	Story	Promovare eveniment 28.11.2022	Instagram/Facebook
28 Noiembrie	Story	Promovare eveniment 28.11.2023	Instagram/Facebook
29 Noiembrie	Story	Promovare eveniment 28.11.2024	Instagram/Facebook
29 Noiembrie	Video	3 joburi pe mare	TikTok/Instagram
30 Noiembrie	Video	Viata pe mare	TikTok/Instagram

Strategie Social Media



Strategie UMC

Obiectiv - Creșterea numărului de fete și elevi din mediul rural înscriși la UMC

Obiectiv pe care să îl propunem celor de la UMC din faptul că perioada contractului este până în decembrie:

- Creșterea numărului de fete și elevi din mediul rural care interacționează cu postările noastre atât organic cât și plătit

Cum facem asta?

Prin campanii de engagement

- Până în Decembrie un prim val al campaniei
- Pe termen lung valul 2 și 3 al campaniei (până în iunie/ iulie) cu specificația că pentru rezultate bune avem nevoie de o strategie pe termen lung acest lucru implicând prelungirea contractului

Headline campanie val 1

Nu există job pe care fetele nu îl pot face

CTA clar și direct

Strategie

- Conținut organic și plătit ținut pe audiențe
- Testimoniale de la studenți chiar și studenți care au terminat sau care studiază în prezent la UMC (testimoniile preferabil ar fi să fie în format video)
- Pooluri pe Instagram (le cerem părerea pe diferite subiecte, aflăm părerea lor despre universitatea, etc)
- Postări prin care să scoatem în evidență ce este fain și mișto la UMC (de ce să se înscrie studenții aici și nu în altă parte?)
- Prezentarea joburilor în special pentru fete, beneficiile, videoclipuri cu foste studente UMC care acum lucrează în domeniu
- Facts - date statistice, știați că ... Exemplu: știați ca din anul x până acum joburile pentru

Strategie UMC

File Edit View Insert Format Tools Extensions Help

100% Normal text Arial

Prezentarea joburilor în special pentru fete, beneficiile, videoclipuri cu foste studente UMC care acum lucrează în domeniu

Facts - date statistice, știal că ... Exemplu: știal ca din anul x până acum joburile pentru fete în domeniului x sunt cu x% mai căutate

Ce ne propunem până în decembrie?

- Să realizăm un prim val al campaniei unde vom pune accentul pe fete, viitoare studente UMC
- Avem headline-ul companiei
- Avem nevoile de:
 - testimoniale video de la studente
 - să știm care sunt beneficiile pentru care fetele să vină la UMC
 - o listă de job-uri pe care fetele le pot face după terminarea facultății cu o descriere
 - facts care să ne ajute în realizarea postărilor

Plus alte informații ce ne pot ajuta și inspira în realizarea acelor posturi pe Instagram

Dacă avem suficiente informații putem face și Infografice pe facebook (canusele pe Instagram) - acestea cresc destul de mult engagementul

Un CTA clar cu direcție spre fete (mă gândesc eu la ei)

c. Realizarea de rapoarte lunare de analiză comparativă a eficienței promovărilor pe cele 4 rețele de social media (TikTok, Instagram, YouTube și Facebook).

Rezultate campanii Facebook+Instagram

Seturi de reclame Clever Agency (479072795910007)

Actualizare chiar acum

Renunță la schițe

Verifica și publică (5)

Luna trecută: 1 nov. 2022 - 30 nov. 2022

Notă: nu include costul de testare

Set de reclame	Setarea de atribuire	Rezultate	Impact	Afișări	Cost per rezultat	Suma cheltuiță	Se termină
8.11.2022	7 zile după cli...	157	13.688	33.460	0,78 lei	123,09 lei	8 nov 2
Rezultate din 1 set de reclame	7 zile după cli...	157	13.688	33.460	0,78 lei	123,09 lei	

Promovare eveniment 8.11.2022
 Rezultate - 157 clickuri pe link

Campanii Clever Agency (479072795910007) Actualizare chiar acum Renunță la schițe Verifica și publică (5)

Numele campaniei conține 11 Căută și filtrează Salvează Șterge Luna trecută: 1 nov. 2022 - 30 nov. 2022
Nică nu include datele de actualizare

Campanii 1 reclamă selectată **Seturi de reclame pentru 1 Campanie** **Reclame pentru 1 Campanie**

Dezactivat / Activat

Campanie	De	Rezultate	Impact	Afișări	Cost per rezultat	Suma cheltuită	Se termină
Promovare eveniment 28.11.2022	upă cli...	259	22.292	56.643	0,60 lei	156,64 lei	28 nov. 2022
Eveniment 28.11.2022	upă cli...	2	767	799	1,34 lei	2,68 lei	28 nov. 2022
Eveniment 8.11.2022	upă cli...	157	13.688	33.460	0,76 lei	123,09 lei	8 nov. 2022
Eveniment 11.11.2022	upă cli...	63	8.917	17.758	1,93 lei	83,60 lei	11 nov. 2022
Rezultate din 4 campanii	upă cli...	481	38.808	108.660	0,76 lei	366,01 lei	

Promovare eveniment 11.11.2022

Rezultate - 63 clickuri pe link

business.facebook.com/admanager/manage/assets?act=179072795910007&business_id=709032696105668&date=2022-11-01_2022-12-01%2C&act_month&insights_date=2022-11-01_2022-12-01_2022-12-01

Seturi de reclame Clever Agency (479072795910007) Actualizare chiar acum Renunță la schițe Verifica și publică (5)

Căută și filtrează Salvează Șterge Luna trecută: 1 nov. 2022 - 30 nov. 2022
Nică nu include datele de actualizare

Campanii 1 reclamă selectată **Seturi de reclame pentru 1 Campanie** **Reclame pentru 1 Campanie**

Dezactivat / Activat

Set de reclame	Rezultate	Impact	Afișări	Cost per rezultat	Suma cheltuită	Se termină	Program
Studenti care apreciază pagina UMC	203	16.860	38.590	0,56 lei	114,45 lei	28 nov. 2022	22 nov. 2022
Audienta Ro zone rurale	30	4.165	8.800	0,73 lei	21,95 lei	28 nov. 2022	22 nov. 2022
Audienta RO	4	691	899	0,36 lei	1,42 lei	28 nov. 2022	22 nov. 2022
Audienta asemănătoare MD	11	1.735	3.994	0,75 lei	8,30 lei	28 nov. 2022	22 nov. 2022
Audienta asemănătoare RO	11	2.216	4.760	0,96 lei	10,52 lei	28 nov. 2022	22 nov. 2022
Rezultate din 5 seturi de reclame	259	22.292	56.643	0,60 lei	156,64 lei		

Promovare eveniment 28.11.2022

Rezultate- 259 clickuri pe link

Promovare site UMC Luna Noiembrie

Seturi de reclame Clever Agency (479072795910007) Actualizare chiar acum Renunță la schițe Verifica și publică (5)

Luna trecută: 1 nov. 2022 - 30 nov. 2022
Notă: nu includeți costul de setări

Campanii 1 reclama selectata Seturi de reclame pentru 1 Campanie Reclame pentru 1 Campanie

Dezactivat / Activat

Dezactivat / Activat	Set de reclame	Rezultate	Impact	Afișări	Cost per rezultat	Suma cheltuită	Se termină	Program
●	Audiența asemănătoare Moldova	68	6.458	10.320	0,53 lei	35,98 lei	În desfășura...	20 oct.
●	Audiența asemănătoare RO	487	31.336	71.236	0,55 lei	267,77 lei	În desfășura...	20 oct.
	Rezultate din 2 seturi de reclame	555	34.824	81.556	0,55 lei	303,75 lei		

Rezultate - 555 clickuri pe link

Promovare Flow videoclipuri Youtube luna Noiembrie

Seturi de reclame Clever Agency (479072795910007) Actualizare chiar acum Renunță la schițe Verifica și publică (5)

Luna trecută: 1 nov. 2022 - 30 nov. 2022
Notă: nu includeți costul de setări

Campanii 1 reclama selectata Seturi de reclame pentru 1 Campanie Reclame pentru 1 Campanie

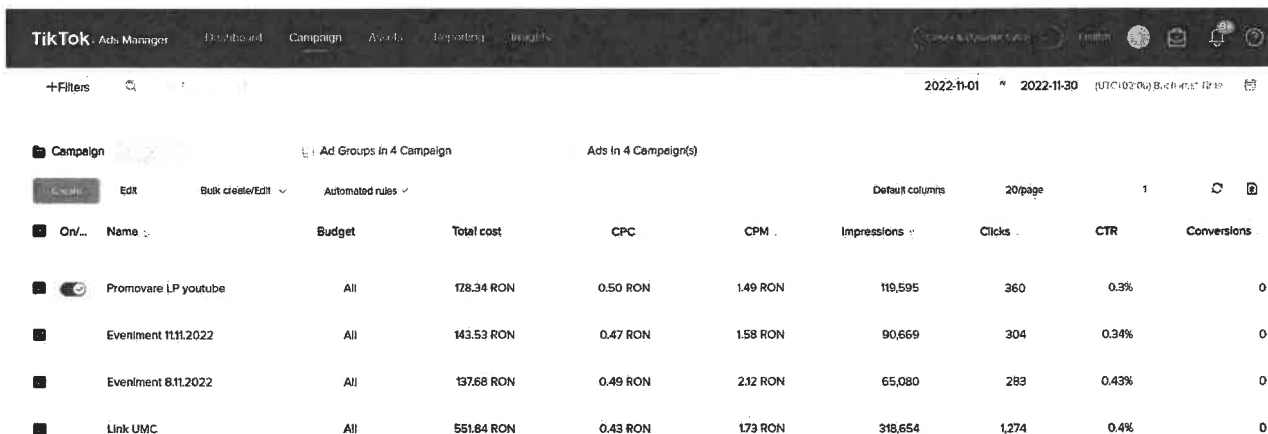
Dezactivat / Activat

Dezactivat / Activat	Set de reclame	Rezultate	Impact	Afișări	Cost per rezultat	Suma cheltuită	Se termină	Program
●	Audiența Moldova	175	18.784	102.102	0,75 lei	130,86 lei	În desfășura...	21 nov.
●	Audiența RO	140	8.752	43.521	1,35 lei	188,80 lei	În desfășura...	18 nov.
	Rezultate din 2 seturi de reclame	315	27.864	145.623	1,01 lei	319,66 lei		

Rezultate - 315 clickuri pe link

Total rezultate Campanii Facebook luna Noiembrie 2022 - 1.349 clickuri pe link

Promovare Tiktok



Orv...	Name	Budget	Total cost	CPC	CPM	Impressions	Clicks	CTR	Conversions
<input checked="" type="checkbox"/>	Promovare LP youtube	All	178.34 RON	0.50 RON	149 RON	119,595	360	0.3%	0
<input checked="" type="checkbox"/>	Eveniment 11.11.2022	All	143.53 RON	0.47 RON	158 RON	90,669	304	0.34%	0
<input checked="" type="checkbox"/>	Eveniment 8.11.2022	All	137.68 RON	0.49 RON	212 RON	65,080	283	0.43%	0
<input checked="" type="checkbox"/>	Link UMC	All	551.84 RON	0.43 RON	173 RON	318,654	1,274	0.4%	0

Total rezultate Campanii Tiktok luna Noiembrie 2022- 2.221 clickuri pe link

6. Obiectivul promovării pe rețelele sociale a condus la **acesarea prin click** a site-ului universității.

7. În luna **Noiembrie 2022** a fost aplicată următoarea structură de finanțare a activităților:

d. 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 de 46 218 lei fără TVA.

În luna Noiembrie bugetul alocat promovării pe TikTok a fost de 6864.2 lei

În luna Noiembrie bugetul alocat promovării pe Facebook și Instagram a fost de 5273.2 lei

e. Restul sumei include 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). În luna noiembrie bugetul alocat abonamentului la platforma CRM a fost de 1000 lei+TVA.

Platforma CRM pusă în luna noiembrie 2022 la dispoziția Universității Maritime din Constanța a avut următoarele funcționalități:

- Este adaptată necesităților universității.
- Achiziția s-a făcut pe bază de abonament.
- Platforma CRM este configurată și conectată cu sursele de comunicare publică ale universității (site universitate www.cmu-edu.eu, cont/canal YouTube, pagina Facebook, cont Instagram și TikTok „umc.official”).
- Platforma CRM permite 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 a **inclus training** specializat online (sau față în față) cu persoana/persoanele din UMC desemnată /desemnate pentru activitatea de lucru cu platforma CRM

← Eveniment 8.11.2022 Version 2

← 1

Steps Stats Sales Settings

[Understand stats](#) Tue, Nov 1st - Wed, Nov 30th [Reset](#)

	Page Views		Clicks		Sales				Marketing / Payments	
	All	Uniques	All	Rate	Orders	Items	Revenue	Profit	All	Uniques
Home	408	304	76	25.00%	-	-	-	-	-	-
Home	408	304	76	25.00%	0	-	-	-	-	-

Clickuri unice platformă CRM eveniment 8.11.2022 - 304 clickuri

← Eveniment 11.11.2022 Version 2

← 1

Steps Stats Sales Settings

[Understand stats](#) Tue, Nov 1st - Wed, Nov 30th [Reset](#)

	Page Views		Clicks		Sales				Marketing / Payments	
	All	Uniques	All	Rate	Orders	Items	Revenue	Profit	All	Uniques
Home	174	155	13	8.39%	-	-	-	-	-	-

Clickuri unice platformă CRM eveniment 11.11.2022 - 155 clickuri

LP Formular inscriere Video Youtube Version 2

← 1

Steps Stats Sales Settings

[Understand stats](#) Tue, Nov 1st - Wed, Nov 30th [Reset](#)

	Page Views		Clicks		Sales				Marketing / Payments	
	All	Uniques	All	Rate	Orders	Items	Revenue	Profit	All	Uniques
Landing Page	214	175	3	1.71%	-	-	-	-	-	-

Clickuri unice platformă CRM Formular Înregistrări evenimente Youtube - 175 clickuri

← eveniment 28.11.2022 Alexandra Ciucanu Version 2

← 1

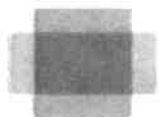
Steps Stats Sales Settings

[Understand stats](#) Tue, Nov 1st - Wed, Nov 30th [Reset](#)

	Page Views		Clicks		Sales				Marketing / Payments	
	All	Uniques	All	Rate	Orders	Items	Revenue	Profit	All	Uniques
Home	189	144	34	23.61%	-	-	-	-	-	-

Clickuri unice platformă CRM eveniment 28.11.2022 - 144 clickuri

Total Click-uri unice în platforma CRM - 778 clickuri unice



- **Asistență** pentru buna funcționare a platformei
- Accesul la platforma CRM a permis facilitarea comunicării către un public țintă de minim 778 elevi din minim 15 localități din mediul rural și medii defavorizate, inclusiv public de gen feminin, precum și către studenții Universității Maritime din Constanța.

Name	Phone	Email	Created	Last Activity	Tags
Geonina Ivc			Dec 07 2022 07:39 AM (EET)	3 hours ago	
Sebastian-Marian Leonte	+40 741 708 100	sebastianleonte@gmail.com	Dec 06 2022 05:17 PM (EET)		
Cristina Antonia			Dec 06 2022 12:33 PM (EET)	22 hours ago	
Andrei Preda	+40 722 592 242	andrei.preda@cmu-edu.eu	Dec 05 2022 09:23 PM (EET)	1 day ago	
Md Tapon			Dec 02 2022 08:54 PM (EET)	4 days ago	
George Vrana			Nov 30 2022 12:55 AM (EET)	1 week ago	
Andreea Ungureanu			Nov 28 2022 02:05 PM (EET)	1 week ago	
George Gordon			Nov 27 2022	1 day ago	

Contacte platformă CRM

- Platforma a facilitat accesul echitabil la serviciile de educație ale UMC.
- Prin corelarea cu conținutul campaniei de marketing online, platforma contribuie la motivarea studenților UMC de a participa la activități de studiu de marină.
- Platforma a contribuit 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 permite măsurarea și raportarea eforturilor de marketing și a deciziilor bazate pe date (generează rapoarte lunare de funcționare a platformei CRM, în care să se evidențieze eficiența utilizării platformei).

Data: 31 Noiembrie 2022

Avizat,
Doru Mircea
Stampila, semnătură



APROBATA RECEPȚIA
CONF UNIV-AR. CRISTINA DRAGOMIR
07.12.2022



RAPORT privind prestarea 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

Octombrie 2022

I. Obiectul achiziției publice

Activitatea desfășurată de SC. Clever & Dynamic Systems SRL în luna octombrie 2022 contribuie la prestarea 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) adaptat necesităților universității** în cadrul proiectului CNFIS-FDI-2022-0440.

Prestația contribuie la **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.**

Prestația contribuie la **îmbunătățirea serviciilor de consiliere și orientare profesională, în vederea conștientizării beneficiarilor, elevi și studenți, 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. Întâlnirile online au fost 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.**

S-au prestat:

-A1.1. **Servicii specifice unei platforme online CRM adaptate utilizării de către universitate și stabilirea modulelor componente care sunt necesare asistării proceselor esențiale din sistemul de educație:** a) accesul echitabil și motivarea elevilor de a participa la serviciile de educație ale UMC;

b) accesul echitabil și 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.

Contractul **“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”**, 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, în baza unui raport lunar întocmit de prestator.
- 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/studentenților către organele administrative relevante (secretariat, departamente, Decanat, Rectorat, centru de orientare în carieră) în funcție de necesitățile candidaților și/sau ale studenților.

II. Îndeplinirea specificațiilor tehnice

II.1. În cadrul contractului s-a urmărit :

1. **Promovarea pe canale de social media** (TikTok, Instagram, Facebook și YouTube) a **ofertei educaționale incluzive** a Universității Maritime din Constanța prin desfășurarea unei **campanii de marketing online** cu ajutorul unui sistem dedicat de tip **CRM valabil până la data de 15 decembrie 2022 inclusiv**, adaptat necesităților universității, pentru un public țintă de minim 400 elevi din minim 15 localități din mediul rural și medii defavorizate.
2. Campania 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 (minim 25 postări/ materiale vizuale pe lună) **și promovarea acestora pe următoarele 4 rețele de social media:** TikTok, Instagram, Facebook și YouTube.
3. Campania a inclus și promovarea, prin postări și/sau colaborare cu influenceri din social media, a Programului de consiliere online în vederea incluziunii sociale a studenților, a inclus 2 întâlniri online cu durata de 60 minute realizate prin intermediul aplicației Zoom dedicate inclusiv motivării fetelor/studentelor, înscrise la studii de marină, în vederea continuării studiilor de învățământ tehnic superior în domeniu.
4. Durata campaniei de promovare: de la data semnării contractului până la data de 15 decembrie 2022.
5. Buget total alocat pe luna octombrie pentru campania de marketing online (incluzând abonament la platforma CRM și promovarea platită pe social media și prin influenceri): **10940 lei fără TVA.**

Specificații îndeplinite în campania de marketing online în luna octombrie 2022:

1. Promovarea s-a concentrat pe următoarele rețelele cele 4 rețele de social media (TikTok, Instagram, YouTube, Facebook) a ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța 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.
2. Campania de marketing online a beneficiat de suportul sistemului dedicat de tip CRM adaptat necesităților Universității Maritime din Constanța.
3. Campania a fost destinată unui public țintă de minim 400 elevi din minim 15 localități din mediul rural și 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.
5. Campania de promovare pe rețelele de social media (TikTok, Instagram, Facebook și YouTube) va avea ca **livrabile:**
 - a. un **portofoliu** de 28 materiale de marketing online cu conținut educațional incluziv (postări sau materiale vizuale/grafice) adaptat specificului Universității Maritime din Constanța. Drepturile de proprietate intelectuală, de utilizare și copyright ale materialelor create de prestator și incluse în portofoliu vor fi cedate Universității Maritime din Constanța.



Doctrina



Deschiderea ANULUI UNIVERSITAR 2022-2023

3 OCTOMBRIE, ORA 10



xxx

La Baza Nautică a Universității

01.10.2022



UNIVERSITATEA MARIȚIMEA CONSTANȚA
CNFIS-FDI-2022-0440

DE CE INFORMAȚIA DEVINE CEA MAI IMPORTANTĂ RESURSA?



TEODORA TOMPEA
PREZENTATOR DIGI 24
UNA DINTRE CELE MAI CUNOSCUTE JURNALISTE DIN ROMANIA

REC Vezi înregistrarea evenimentului

04.10.2022



05.10.2022



07.10.2022



7 octombrie 11:55

DE CE INFORMAȚIA DEVINE CEA MAI
IMPORTANTĂ RESURSĂ?

TEODORA TOMPEA
PREZENTATOR DUM 24

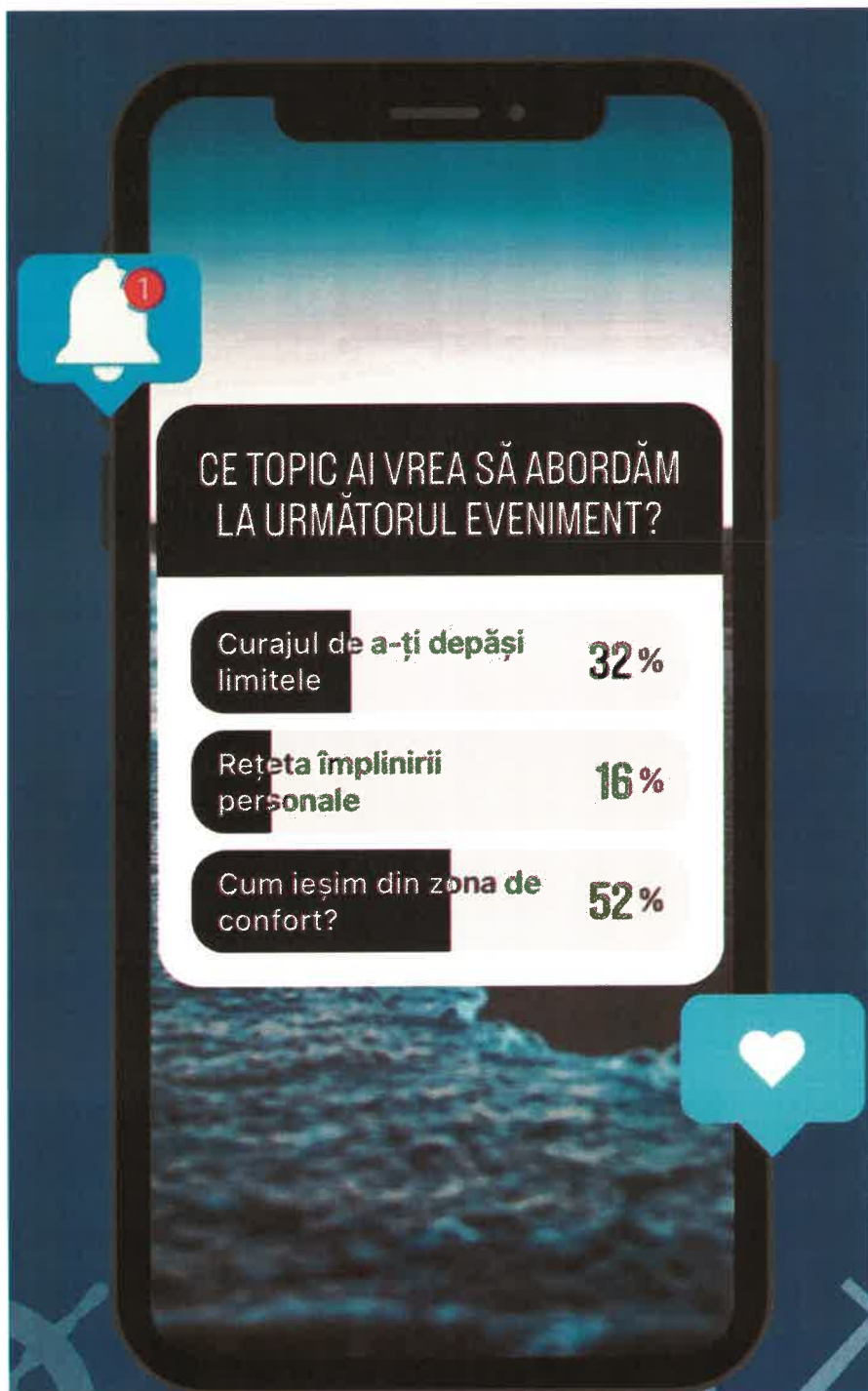
REC Vezi înregistrarea evenimentului

[VEZI ÎNREGISTRAREA AICI](#)

De ce este informația o resursă
importantă? 🤔

Descoperă răspunsul urmărind
înregistrarea evenimentului! 🚀

07.10.2022



08.10.2022



10.10.2022



UNIVERSITATEA MARITIMĂ
CONSTANȚA
CNFRIS-FDI-2022-0440

CUM SĂ IEȘI DIN ZONA DE CONFORT?

ANDREI ROȘU

INSCRIE-TE AICI 

EVENIMENT ONLINE
14 OCTOMBRIE 2022 | ORA 18.00

10.10.2022



UNIVERSITATEA MARITIMĂ
CONSTANȚA
CNFRIS-FDI-2022-0440

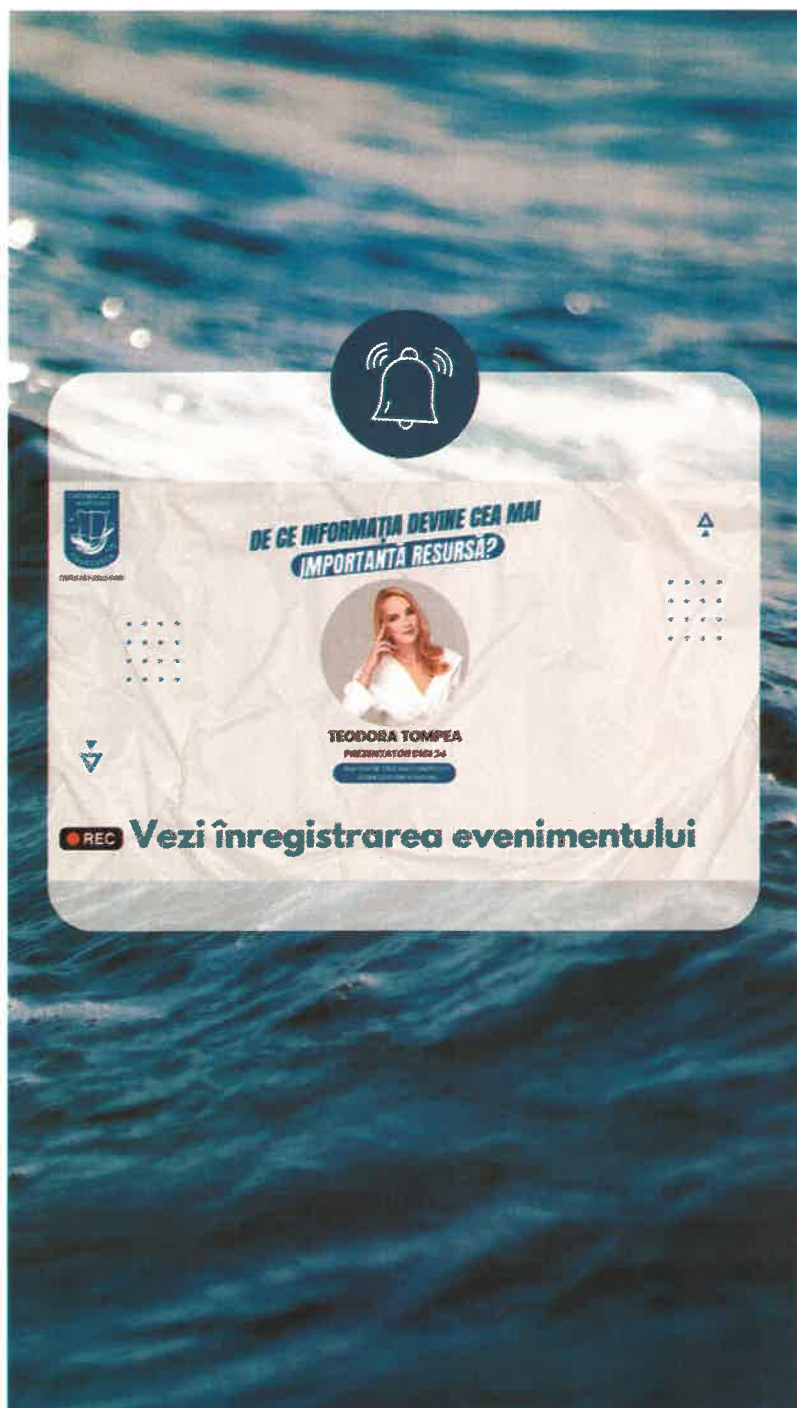
CUM SĂ IEȘI DIN ZONA DE CONFORT?

ANDREI ROȘU

INSCRIE-TE AICI 

EVENIMENT ONLINE
14 OCTOMBRIE 2022 | ORA 18.00

12.10.2022



11.10.2022



The poster features a central white rounded rectangle with a bell icon at the top. Below it is a dark blue rectangular area containing the event title 'CUM SĂ IEȘI DIN ZONA DE CONFORT?' and the speaker's name 'ANDREI ROȘU'. A circular portrait of Andrei Roșu is on the right. At the bottom of the blue area, it says 'EVENTIMENT ONLINE' and '14 OCTOMBRIE 2022 | ORA 18.00'. The background of the entire poster is a silhouette of a person climbing a long, narrow wooden ladder that spans across a vast, hazy mountain range under a soft, hazy sky.

11.10.2022



UNIVERSITATEA
MARIITIMA
CONSTANȚA

CNFIS-FBI-2022-0440

CUM SĂ IEȘI DIN ZONA DE CONFORT?

ANDREI ROȘU

ÎNSCRIE-TE AICI



EVENIMENT ONLINE
14 OCTOMBRIE 2022 | ORA 18.00

The poster features a circular portrait of Andrei Roșu, a man with a beard wearing a black wetsuit and a diving mask, set against a background of a blue sky and sea. The text is in white and yellow on a dark blue background. There are decorative elements like a grid of dots and wavy lines.

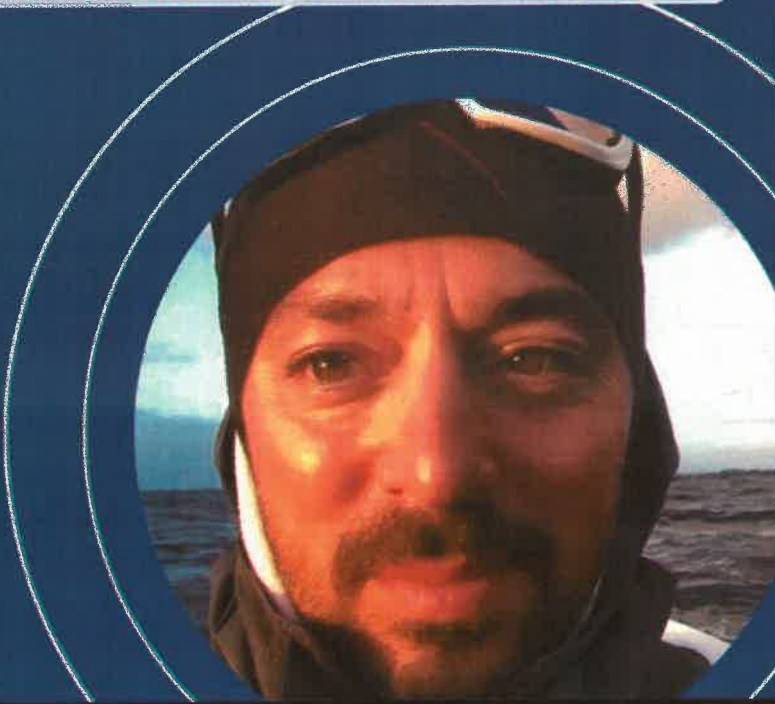
12.10.2022



Cine este Andrei Roșu?

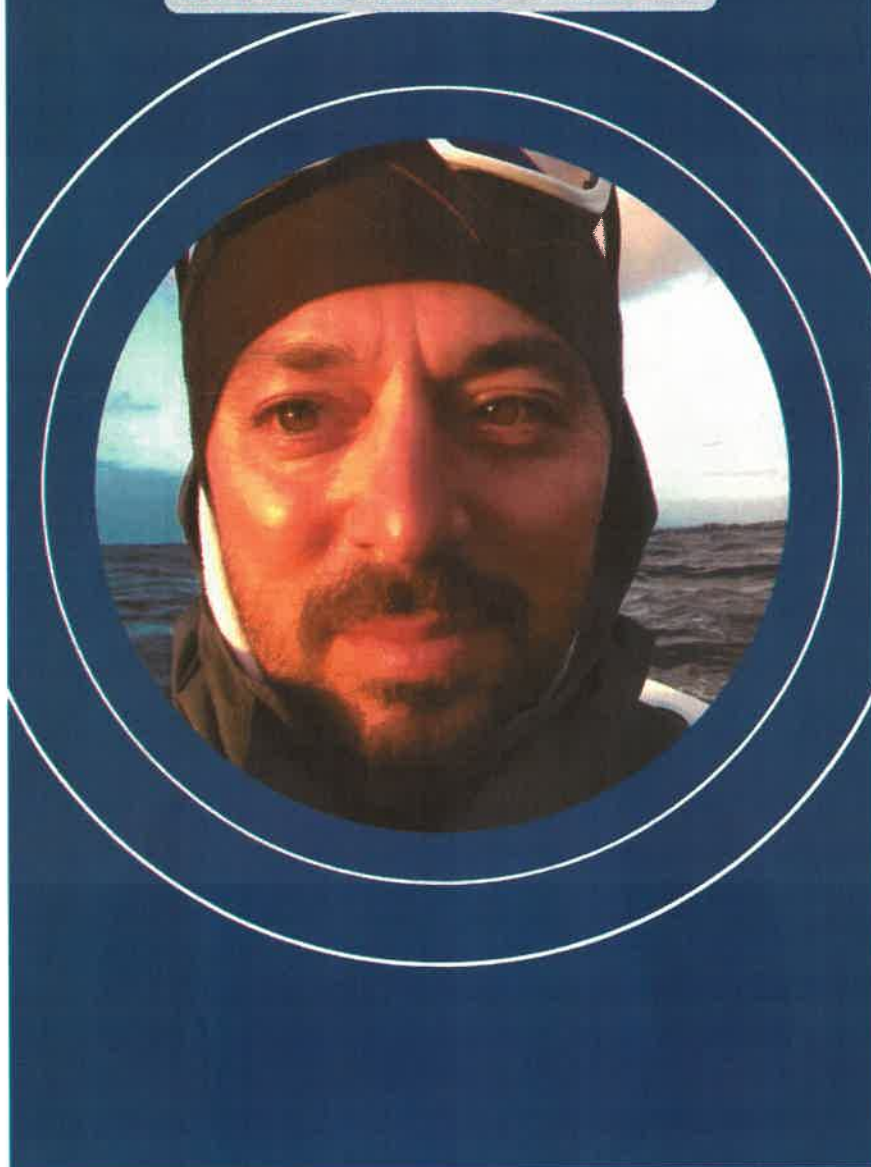
**SPORTIV - A ALERGAT UNELE DINTRE
CELE MAI GRELE MARATOANE ÎN
CONDIȚII EXTREME, AJUNGÂND SĂ
DEȚINĂ RECORDURI MONDIALE**

**SPEAKER MOTIVAȚIONAL CU
NENUMĂRATE EVENIMENTE LA ACTIV**



13.10.2022

**DACĂ VREI SĂ AFLI MAI MULTE DESPRE
ANDREI ROȘU TE AȘTEPTĂM LA
EVENIMENTUL DE VINERI**



13.10.2022



Reminder

Ne vedem mâine de la ora 18 la eveniment!

Okay!

CUM SĂ IESI DIN ZONA DE CONFORT?

ANDREI ROȘU

EVENTIM ONLINE
14 OCTOMBRIE 2022 08:00

ÎNSCRIE-TE AICI!

13.10.2022



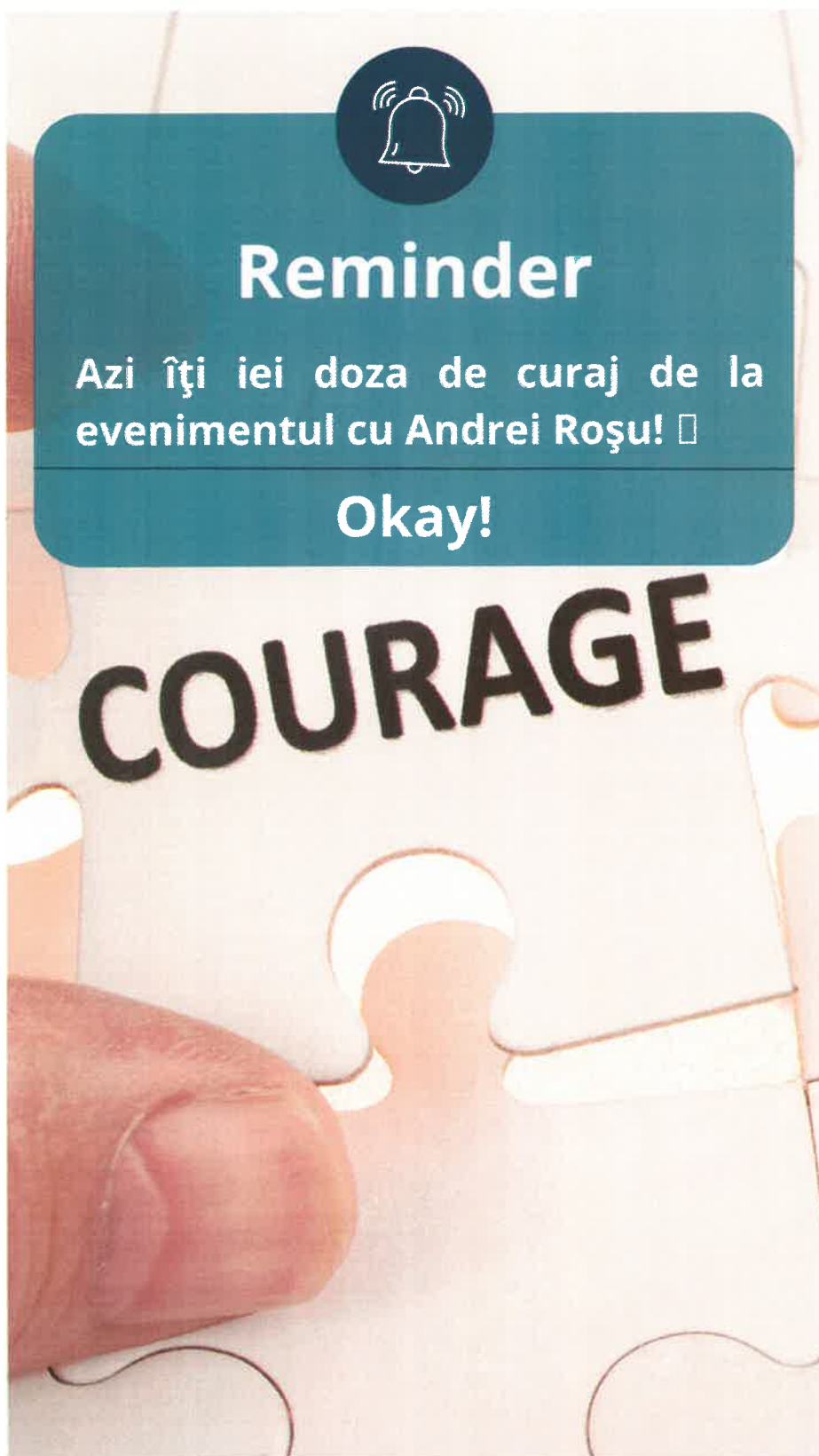

CUM SĂ IEȘI DIN ZONA DE CONFORT?
ANDREI ROȘU
INSCRIE-TE AICI 
EVENIMENT ONLINE
14 OCTOMBRIE 2022 | ORA 15:00

CUM SA IEȘI DIN ZONA DE CONFORT? 

0 0 : 0 0 : 0 0
ore minute secunde

 ÎNSCRIE-TE ȘI TU

14.10.2022



14.10.2022



**DEZVOLTARE PERSONALĂ ÎN
TRANSPORT MARITIM**

Iulia Fleancu

Roxana Dedita

Alexandru Baci

28 OCTOMBRIE 2022
ora 15.00

Eveniment online

INSCRIE-TE AICI



23.10.2022



UNIVERSITATEA MARITIMĂ CONSTANȚA
CNFS-FDI-2022-6449

MAERSK

DEZVOLTARE PERSONALĂ ÎN TRANSPORT MARITIM

Iulia Fleancu

Roxana Dedita

Alexandru Baciu

 **28 OCTOMBRIE 2022**
ora 15.00

Eveniment online

**TE ÎNTREBI CE VEI FACE
LA TERMINAREA
FACULTĂȚII?**

TE VEI ANGAJA?

DAR ÎN CE DOMENIU?

**OARE CE OPORTUNITĂȚI
SUNT?**



**NOI TE INVITĂM SĂ AFLI
RĂSPUNSUL LA ACESTE
ÎNTREBĂRI ÎN CADRUL
EVENIMENTULUI
NOSTRU ONLINE CE VA
AVEA LOC VINERI, ORA
15.00.**



26.10.2022 - TikTok screen

**TE AȘTEPTĂM MÂINE DE
LA ORA 15.00 PE ZOOM
SĂ VEZI CE
OPORTUNITĂȚI EXISTĂ
PENTRU TINE**

Invitații speciale ai evenimentului



Julia Pleșcu
Senior Marine People Advisor



Roxana Dediu
Recruitment Officer



Alexandru Baciu
Marine Admin Associate



27.10.2022



13:00

◀ Căutare

28 octombrie 13:59

PROGRAMATA

CNFS-FDI-2022-0440

MAERSK

DEZVOLTARE PERSONALĂ ÎN TRANSPORT MARITIM

Iulia Fleancu

Roxana Dedita

Alexandru Baci

Ne vedem pe zoom într-o ora


LINK ZOOM

28 OCTOMBRIE 2022
ora 15:00

Eveniment online

Creează Promovează Evidențiază Mai mult

28.10.2022



Cât contează educația și disciplina pentru un viitor de succes

LUCIAN MÎNDRUȚĂ
Jurnalist, lector universitar și prezentator de televiziune și de radio

28 noiembrie 2022
ora 12.00

Eveniment online

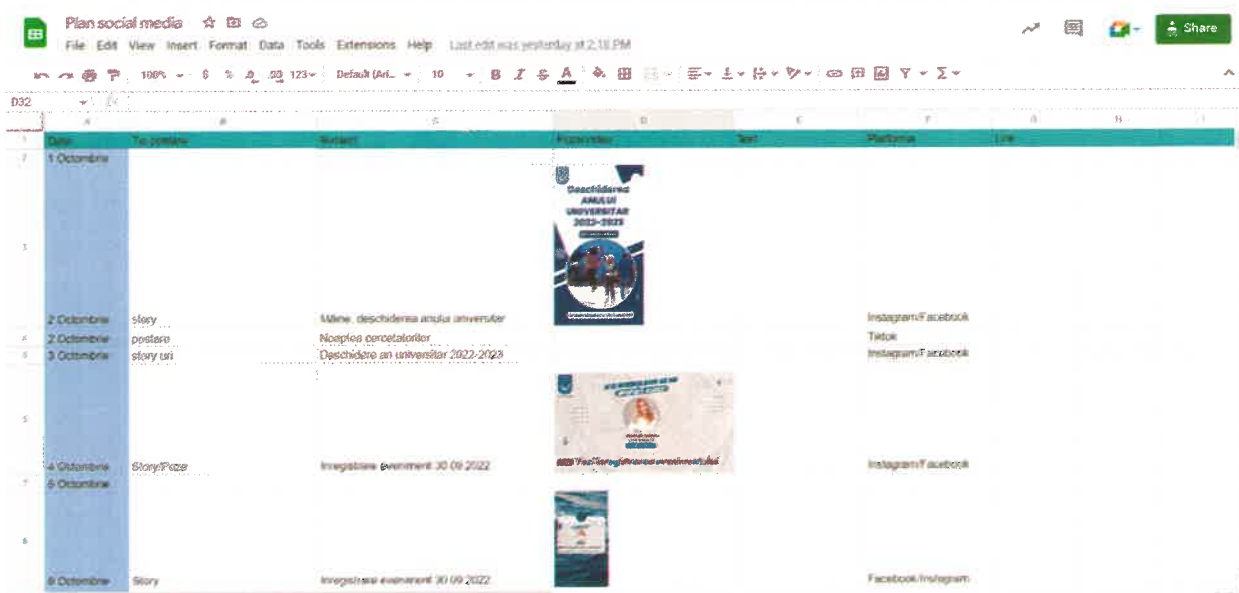
28.10.2022 - anunțare eveniment luna noiembrie






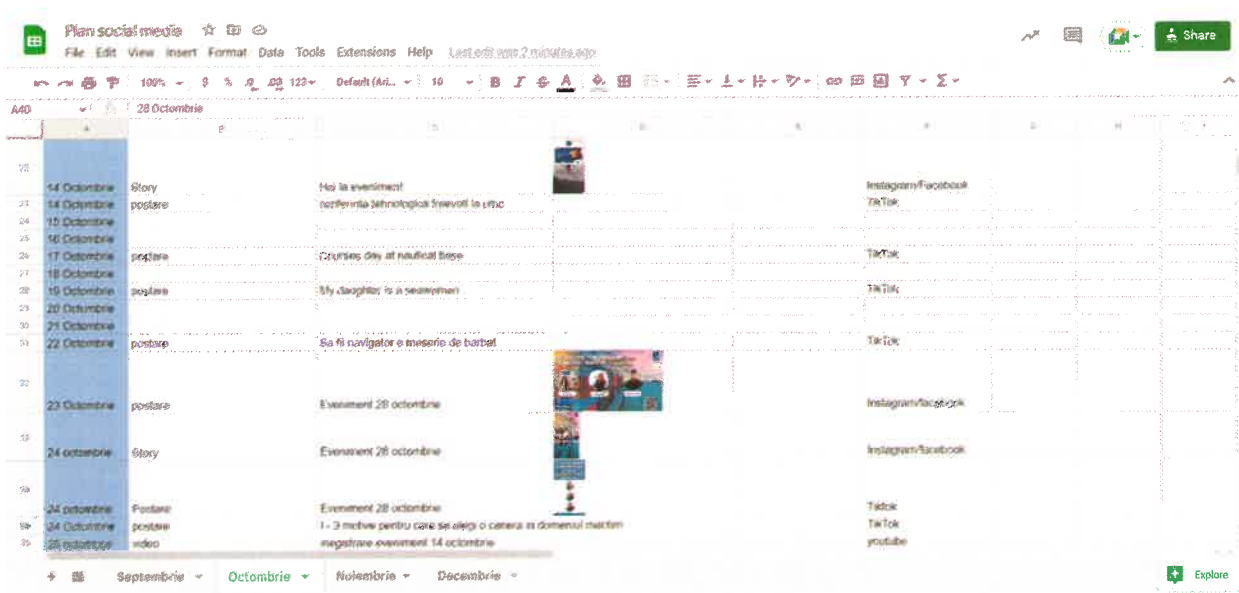
26.10.2022 - banner promovare Facebook



- b. realizarea unei **strategii** și a **planului** de media digitala 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.

Plan social media luna Octombrie 2022



Date	Tip postare	Subiect	Imagine	Platforme
1 Octombrie				
2 Octombrie	story	Mine, deschiderea anului universitar		Instagram/Facebook
2 Octombrie	postare	Noaptea cercetatorilor		TikTok
3 Octombrie	story uri	Deschidere an universitar 2022-2023		Instagram/Facebook
4 Octombrie	Story/Poste	Inregistrare eveniment 30.09.2022		Instagram/Facebook
5 Octombrie				Facebook/Instagram



Date	Tip postare	Subiect	Imagine	Platforme
14 Octombrie	Story	Hai la evenimentul referinta tehnologica frivoli la usc		Instagram/Facebook
14 Octombrie	postare			TikTok
15 Octombrie				
16 Octombrie				
17 Octombrie	postare	Courses day at nautical base		TikTok
18 Octombrie				
19 Octombrie	postare	My daughter is a seaman		TikTok
20 Octombrie				
21 Octombrie				
22 Octombrie	postare	Sa fi navigator e meserie de batbat		TikTok
23 Octombrie	postare	Eveniment 28 octombrie		Instagram/Facebook
24 octombrie	Story	Eveniment 28 octombrie		Instagram/Facebook
24 octombrie	Postare	Eveniment 28 octombrie		TikTok
24 Octombrie	postare	1-3 motive pentru care se alege o canara in domeniul maritim		TikTok
25 octombrie	video	registrare eveniment 14 octombrie		youtube

Plan social media

Calendar	Content Type	Topic	Platform
24 Octombrie	Story	Eveniment 28 octombrie	Instagram/facebook
24 Octombrie	Postare postare	Eveniment 28 octombrie	TikTok
24 Octombrie	postare	1 - 3 motive pentru care să alegi o cariera în domeniul maritim	Tik Tok
25 Octombrie	video	Înregistrare eveniment 14 octombrie	youtube
25 Octombrie	Story	Reminder eveniment	Instagram/facebook
26 Octombrie	postare	11 - 3 motive pentru care să alegi o cariera în domeniul maritim	Tik Tok
27 Octombrie	Story	Reminder eveniment	Instagram/facebook
28 Octombrie	Story link zoom	Reminder eveniment	Instagram/facebook
29 Octombrie	postare	prezentare simbolilor de navigație	Tik Tok
30 Octombrie			
31 Octombrie	Video înregistrare eveniment 28 oct.	Video	Youtube

Strategie Social Media

Strategie UMC

Obiectiv - Creșterea numărului de fete și elevi din mediul rural înscriși la UMC

Obiectiv pe care să îl propunem celor de la UMC dat fiind faptul că perioada contractului este până în decembrie:

- Creșterea numărului de fete și elevi din mediul rural care interacționează cu postările noastre atât organic cât și plătit

Cum facem asta?

Prin campanii de engagement

1. Până în Decembrie un prim val al campaniei
2. Pe termen lung valul 2 și 3 al campaniei (până în iunie/iulie) cu specificația că pentru rezultate bune avem nevoie de o strategie pe termen lung acest lucru implicând prelungirea contractului

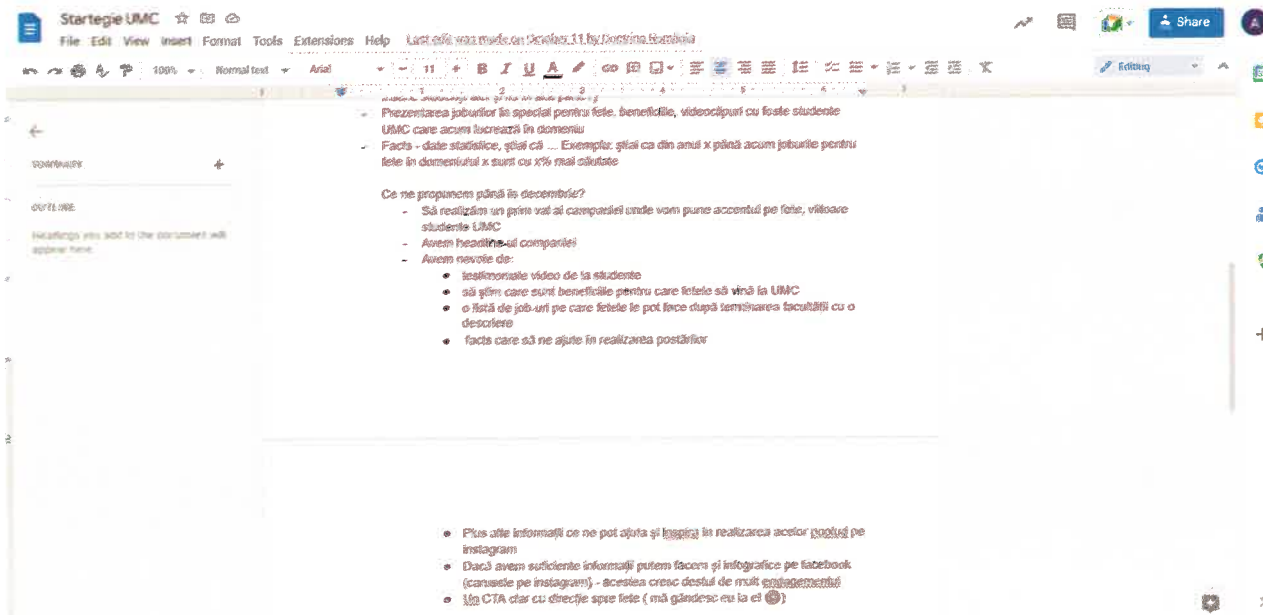
Marșline campanie val 1

Nu există job pe care fetele nu îl pot face

CTA clar și direct

Strategie

- Conținut organic și plătit țintit pe audiențe
- Testimoniale de la studenți chiar și studenți care au terminat sau care studiază în prezent la UMC (testimoniile preferabil ar fi să fie în format video)
- Exerciții pe Instagram (jeu celorlalte păreri pe diferite subiecte, aflăm părerea lor despre universitatea, etc)
- Postări prin care să scoatem în evidență ce este fain și mișto la UMC (de ce să se înscrie studenții aici și nu în altă parte?)
- Prezentarea joburilor în special pentru fete, beneficiile, videoclipuri cu foste studențe UMC care acum lucrează în domeniu
- Facts - date statistice, știai că ... Exemple: știai că din anul x până acum joburile pentru



- c. Realizarea de rapoarte lunare de analiză comparativă a eficienței promovărilor pe cele 4 rețele de social media (TikTok, Instagram, YouTube și Facebook).

Campaign	Start Date	End Date	Clicks	Cost	Impressions	CTR	Conversions
Promovare eveniment 28.10.2022	28.10.2022	7 zile după cli...	350	39.976 lei	106.408	0,55 lei	192,41 lei
Promovare eveniment 14.10.2022	14.10.2022	7 zile după cli...	572	42.760 lei	187.318	0,41 lei	152,34 lei

Rezultate campanii Facebook+Instagram

Campaign	Name	Total cost	CPC	CPM	Impressions	Clicks	CTR	Conversions
Promovare eveniment 28.10.2022	Promovare eveniment 28.10.2022	79,68 RON	0,61 RON	1,69 RON	47,865	194	0,41%	0
Eveniment 14 octombrie	Eveniment 14 octombrie	242,96 RON	0,42 RON	1,99 RON	122,016	580	0,48%	0

Rezultate campanii TikTok

Campaniile de pe Facebook, Instagram și Tiktok au înregistrat luna aceasta rezultate aproximativ similare. Numărul de elevi și studenți care au accesat reclamele noastre pe Facebook: 722 de clickuri pe link, iar pe Tiktok avem înregistrate 774 de clickuri pe link.

6. Obiectivul promovării pe rețelele sociale a condus la **accesarea prin click** a site-ului universității.

7. **În luna octombrie 2022 a fost aplicată următoarea structură de finanțare a activităților:**

d. 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 de 46 218 lei fără TVA.

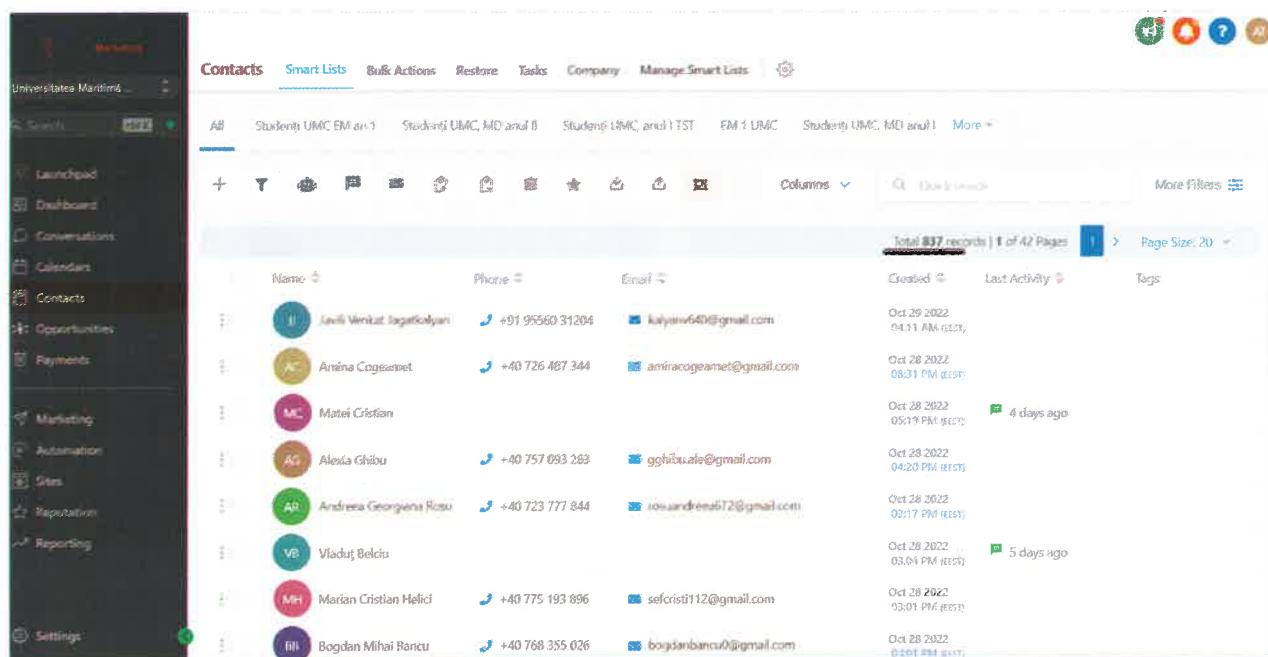
În luna octombrie bugetul alocat promovării pe TikTok a fost de 5216 lei+TVA.

În luna octombrie bugetul alocat promovării pe Facebook și Instagram a fost de 4224 lei+TVA.

e. Restul sumei include 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). În luna octombrie bugetul alocat abonamentului la platforma CRM a fost de 1500 lei+TVA.

Platforma CRM pusă în luna octombrie 2022 la dispoziția Universității Maritime din Constanța a avut următoarele funcționalități:

- Este adaptată necesităților universității.
- Achiziția s-a făcut pe bază de abonament la una din platformele CRM disponibile public (de exemplu, fără a restricționa alte variante similare: Bitrix24, HubSpot etc.).
- Platforma CRM este configurată și conectată cu sursele de comunicare publică ale universității (site universitate www.cmu-edu.eu, cont/canal YouTube, pagina Facebook, cont Instagram și TikTok „umc.official”).
- Platforma CRM permite 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 a **inclus training** specializat online (sau față în față) cu persoana/persoanele din UMC desemnată /desemnate pentru activitatea de lucru cu platforma CRM
- **Asistență** pentru buna funcționare a platformei
- Accesul la platforma CRM a permis facilitarea comunicării către unui public țintă de minim 837 elevi din minim 15 localități din mediul rural și medii defavorizate, inclusiv public de gen feminin, precum și către studenții Universității Maritime din Constanța.



The screenshot shows the 'Contacts' section of the Doctrina CRM. The interface includes a sidebar with navigation options like 'Launchpad', 'Dashboard', 'Conversations', 'Calendar', 'Contacts', 'Opportunities', 'Payments', 'Marketing', 'Automation', 'Sites', 'Reputation', 'Reporting', and 'Settings'. The main area displays a list of contacts with columns for Name, Phone, Email, Created, Last Activity, and Tags. The list shows 8 records, with a total of 837 records across 42 pages. The page size is set to 20.

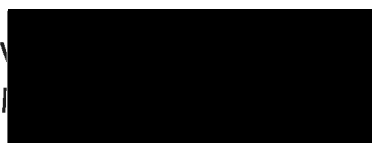
Name	Phone	Email	Created	Last Activity	Tags
Ilia Venkuz Jagatolyan	+91 95560 31204	kajjiv64@gmail.com	Oct 29 2022 04:11 AM (EST)		
Amirna Cogeanet	+40 726 487 344	amiracogeanet@gmail.com	Oct 28 2022 08:31 PM (EST)		
Matei Cristian			Oct 28 2022 05:19 PM (EST)	4 days ago	
Alexia Ghibu	+40 757 093 283	ggghibu.ale@gmail.com	Oct 28 2022 04:20 PM (EST)		
Andreea Georgiana Rosu	+40 723 777 844	iosandremati72@gmail.com	Oct 28 2022 02:17 PM (EST)		
Vladuț Belciu			Oct 28 2022 03:04 PM (EST)	5 days ago	
Marian Cristian Helici	+40 775 193 896	sefcristi12@gmail.com	Oct 28 2022 03:01 PM (EST)		
Bogdan Mihai Rancu	+40 768 355 026	boigdanbancu0@gmail.com	Oct 28 2022 0:04 PM (EST)		

Număr elevi din platforma CRM

- Platforma a facilitat accesul echitabil la serviciile de educație ale UMC.
- Prin corelarea cu conținutul campaniei de marketing online, platforma contribuie la motivarea studenților UMC de a participa la activități de studiu de marină.
- Platforma a contribuit 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 permite măsurarea și raportarea eforturilor de marketing și a deciziilor bazate pe date (generează rapoarte lunare de funcționare a platformei CRM, în care să se evidențieze eficiența utilizării platformei).

Data: 31 octombrie 2022

Avizat,
Doru Mircea
Stampila, semnătură



APROBATĂ RECEPȚIA,
CONF. UNIV. DR. CRISTINA DRAGOMIR
04.11.2022



Clever & Dynamic Systems SRL J40/8705/2011 RO28880908

Aleea Privighetorilor, 82-84, H 3-1, Sector 1, București

RAPORT privind prestarea 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

Septembrie 2022

I. Obiectul achiziției publice

Activitatea desfășurată de SC. Clever&Dynamic Systems SRL în luna septembrie 2022 contribuie la prestarea 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) adaptat necesităților universității** în cadrul proiectului CNFIS-FDI-2022-0440.

Prestația contribuie la **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.**

Prestația contribuie la **îmbunătățirea serviciilor de consiliere și orientare profesională, în vederea conștientizării beneficiarilor, elevi și studenți, 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. Întâlnirile online au fost 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.**

S-au prestat:

-A1.1. **Servicii specifice unei platforme online CRM adaptate utilizării de către universitate și stabilirea modulelor componente care sunt necesare asistării proceselor esențiale din sistemul de educație:** a) accesul echitabil și motivarea elevilor de a participa la serviciile de educație ale UMC; b) accesul echitabil și 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 contractul **“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”**, s-a asigurat:

Clever & Dynamic Systems SRL J40/8705/2011 RO28880908

Aleea Privighetorilor, 82-84, H 3-1, Sector 1, București

- 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, în baza unui raport lunar întocmit de prestator.
- 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.

II. Îndeplinirea specificațiilor tehnice

II.1. În cadrul contractului s-a urmărit :

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 sistem dedicat de tip **CRM valabil până la data de 15 decembrie 2022 inclusiv**, adaptat necesităților universității, pentru un public țintă de minim 400 elevi din minim 15 localitati din mediul rural si medii defavorizate.
2. Campania 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 (minim 25 postări/ materiale vizuale pe lună) **și promovarea acestora pe următoarele 4 rețele de social media:** TikTok, Instagram, Facebook și YouTube.
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, a inclus 2 întâlniri online cu durata de 60 minute realizate prin intermediul aplicației Zoom dedicate inclusiv motivării fetelor/studentelor, înscrise la studii de marină, în vederea continuării studiilor de învățământ tehnic superior în domeniu.
4. Durata campaniei de promovare: de la data semnării contractului până la data de 15 decembrie 2022.
5. Buget total alocat pe luna septembrie pentru campania de marketing online (incluzând abonament la platforma CRM și promovarea platită pe social media și prin influenceri): **13397 lei fără TVA.**

Specificații îndeplinite în campania de marketing online 3în luna septembrie 2022:

1. Promovarea s-a concentrat pe următoarele rețele cele 4 rețele de social media (TikTok, Instagram, YouTube, Facebook) a ofertei educaționale incluzive a Universității Maritime din Constanța 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.

Clever & Dynamic Systems SRL J40/8705/2011 RO28880908

Aleea Privighetorilor, 82-84, H 3-1, Sector 1, București

2. Campania de marketing online a beneficiat de suportul sistemului dedicat de tip CRM adaptat necesităților Universității Maritime din Constanța.

3. Campania a fost destinată unui public țintă de minim 400 elevi din minim 15 localități din mediul rural și 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.

5. Campania de promovare pe rețelele de social media (TikTok, Instagram, Facebook și YouTube) va avea ca livrabile:

- a. un **portofoliu** de 12 materiale de marketing online cu conținut educațional incluziv (postări sau materiale vizuale/grafice) adaptat specificului Universității Maritime din Constanța. Drepturile de proprietate intelectuală, de utilizare și copyright ale materialelor create de prestator și incluse în portofoliu vor fi cedate Universității Maritime din Constanța. Aici trebuie incluse printscreenurile de la postări, afiș etc. .



Feedback Maritime Summer University

Eveniment Online

23 Septembrie

Ora 19.00



CNFIS-FDI-2022-0440



Clever & Dynamic Systems SRL J40/8705/2011 RO28880908

Aleea Privighetorilor, 82-84, H 3-1, Sector 1, București



CNFI5-FDI-2022-0440

DE CE INFORMAȚIA DEVINE CEA MAI IMPORTANTĂ RESURSĂ?



EVENIMENT ONLINE



TEODORA TOMPEA
PREZENTATOR DIGI 24

UNA DINTRE CELE MAI CUNOSCUTE
JURNALISTE DIN ROMANIA



ÎNSCRIE-TE AICI



30 SEPTEMBRIE, 2022 | ORA 18.00

DE CE INFORMAȚIA DEVINE CEA MAI IMPORTANTĂ RESURSĂ?



TEODORA TOMPEA
PREZENTATOR DIGI 24

UNA DINTRE CELE MAI CUNOSCUTE
JURNALISTE DIN ROMANIA

ÎNSCRIE-TE AICI



EVENIMENT ONLINE

30 SEPTEMBRIE, 2022 | ORA 18.00



CNFI5-FDI-2022-0440



Clever & Dynamic Systems SRL J40/8705/2011 RO28880908

Aleea Privighetorilor, 82-84, H 3-1, Sector 1, București



3 octombrie
Ora 10.00

Deschiderea
ANULUI UNIVERSITAR
2022-2023

La Baza Nautică
a Universității

Clever & Dynamic Systems SRL J40/8705/2011 RO28880908

Aleea Privighetorilor, 82-84, H 3-1, Sector 1, București



Deschiderea ANULUI UNIVERSITAR 2022-2023

3 OCTOMBRIE, ORA 10



La Baza Nautică a Universității

Clever & Dynamic Systems SRL J40/8705/2011 RO28880908

Aleea Privighetorilor, 82-84, H 3-1, Sector 1, București



Doctrina



Clever & Dynamic Systems SRL J40/8705/2011 RO28880908

Aleea Privighetorilor, 82-84, H 3-1, Sector 1, București



Clever & Dynamic Systems SRL J40/8705/2011 RO28880908

Aleea Privighetorilor, 82-84, H 3-1, Sector 1, București

**DE CE INFORMAȚIA DEVINE CEA MAI
IMPORTANTĂ RESURSĂ?**



TEODORA TOMPEA
PREZENTATOR DIGI 24
UNA DINRE CEE MAI SCUNDOSE
JURNALISTE DIN ROMANIA

INSCRIE-TE AICI



EVENIMENT ONLINE
30 SEPTEMBRIE, 2022 | ORA 18.00

Ne vedem pe zoom la ora 18.00

Clever & Dynamic Systems SRL J40/8705/2011 RO28880908

Aleea Privighetorilor, 82-84, H 3-1, Sector 1, București



TEODORA TOMPEA
PREZENTATOR DIGI 24

Suntem live pe Zoom
Te așteptăm și pe tine

The advertisement features a dark background with several overlapping circles of varying shades and patterns. In the upper left, a circular inset shows a woman, Teodora Tompea, on a phone call. Below this, another circular inset shows a laptop screen displaying a Zoom meeting with several participants. The text is centered and uses a clean, sans-serif font.

Clever & Dynamic Systems SRL J40/8705/2011 RO28880908

Aleea Privighetorilor, 82-84, H 3-1, Sector 1, București



CNFI5-PDI-2022-0440

DE CE INFORMAȚIA DEVINE CEA MAI
IMPORTANTĂ RESURSA?



TEODORA TOMPEA
PREZENTATOR DIGI 24

UNA DINTELE CIBELI ÎN CUMINȚĂCĂRI
JURNALISTE DIGI 24/24

REC **Vezi înregistrarea evenimentului**

Clever & Dynamic Systems SRL J40/8705/2011 RO28880908

Aleea Privighetorilor, 82-84, H 3-1, Sector 1, București

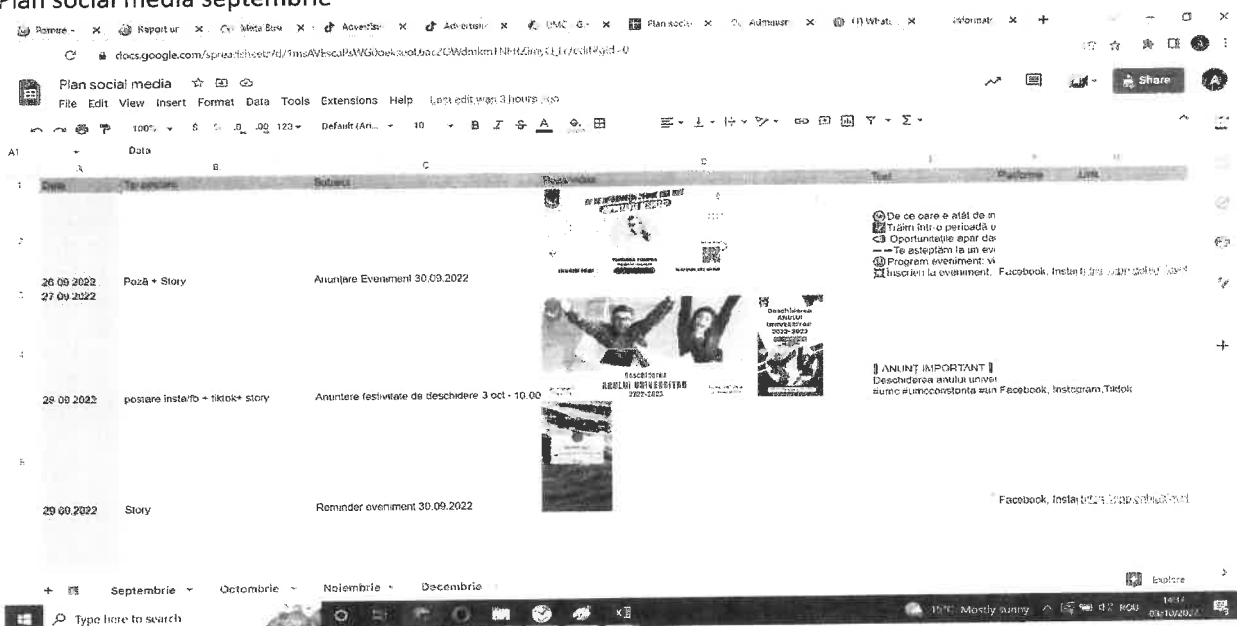


Clever & Dynamic Systems SRL J40/8705/2011 RO28880908

Aleea Privighetorilor, 82-84, H 3-1, Sector 1, București

- 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.

Plan social media septembrie



Date	Data	Platforme	Link
26.09.2022	Poza + Story	Anunțare Eveniment 30.09.2022	
27.09.2022			
28.09.2022	postare insta/tb + tiktok+ story	Anunțare festivitate de deschidere 3 oct - 10.00	
29.09.2022	Story	Reminder eveniment 30.09.2022	

Link plan social media-

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1msAVEscapSsWG0eoksuoL6acZOWdmkmTNfttZimyQ_Lc/edit#gid=0

Link materiale (poze/clipuri)-

<https://drive.google.com/drive/folders/1UKrfGJIWXPxJygyfaJls3PVV5XlXk1dG?usp=sharing>

- c. Realizarea de **rapoarte lunare de analiză comparativă a eficienței promovărilor** pe cele 4 rețele de social media (TikTok, Instagram, YouTube și Facebook). Se propune pentru luna viitoare să alocăm aceeași sumă de bani pentru toate cele 4 rețele și să măsurăm la finalul lunii rezultatele.

6. Promovarea pe rețelele sociale a condus la **accesarea prin click** a site-ului universității.

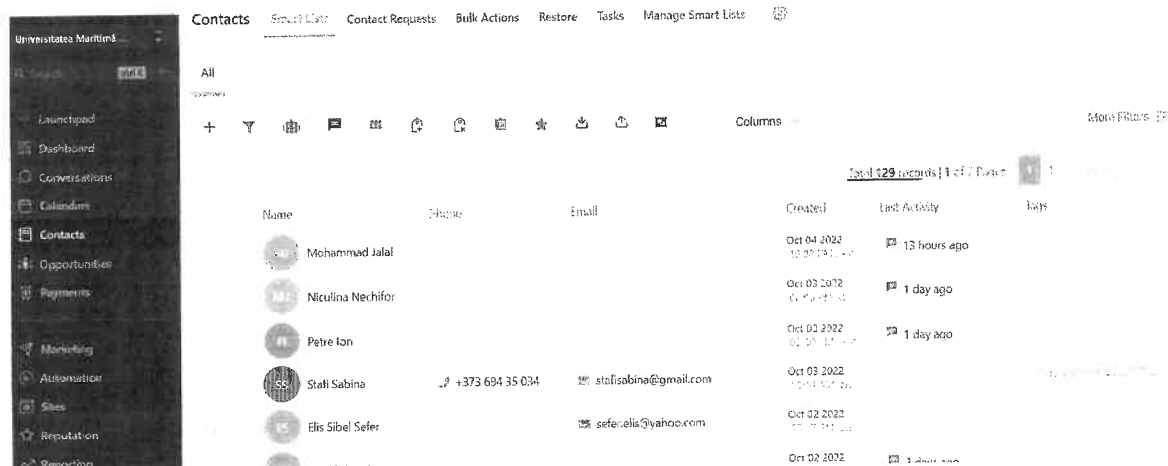
7. În luna septembrie 2022 a fost aplicată următoarea structură de finanțare a activităților:

- d. 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 de 46 218 lei fără TVA.
În luna septembrie bugetul alocat promovării pe TikTok a fost de 4273 lei , iar pe Facebook (care include INstagram) a fost de 3124 lei.
- e. În luna septembrie bugetul alocat abonamentului la platforma CRM a fost de 1000 lei. Costul de promovare prin influenceri a fost de 5000 lei (acoperă sesiunile cu influenceri până la finalul contractului).

Platforma CRM pusă în luna septembrie 2022 la dispoziția Universității Maritime din Constanța a avut următoarele funcționalități:

- Să fie adaptată necesităților universității.
- Achiziția s-a făcut pe bază de abonament la una din platformele CRM disponibile public (de exemplu, fără a restricționa alte variante similare: Bitrix24, HubSpot etc.).
- Achiziția a inclus servicii de configurare ale platformei CRM cu sursele de comunicare publică ale universității (site universitate www.cmu-edu.eu, cont/canal YouTube, pagina Facebook, cont Instagram și TikTok „umc.official”).
- Platforma CRM a permis 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 a **inclus training** specializat online (sau față în față) cu persoana/persoanele din UMC desemnată /desemnate pentru activitatea de lucru cu platforma CRM
- Achiziția a inclus **asistență** pentru buna funcționare a platformei
- Accesul la platforma CRM a permis facilitarea comunicării către unui public țintă de minim 129 elevi din minim 15 localități din mediul rural si medii defavorizate, inclusiv public de gen feminin, precum și către studenții Universității Maritime din Constanța.

Număr elevi din platforma CRM



The screenshot shows the 'Contacts' section of a CRM system. The interface includes a sidebar with navigation options like 'Launchpad', 'Dashboard', 'Conversations', 'Calendar', 'Contacts', 'Opportunities', 'Payments', 'Marketing', 'Automation', 'Sites', 'Reputation', and 'Reporting'. The main area displays a table of contacts with columns for Name, Phone, Email, Created, Last Activity, and Tags. The table shows 129 records in total, with the first few rows visible.

Name	Phone	Email	Created	Last Activity	Tags
Mohammad Jalal			Oct 04 2022 10:07:30 AM	13 hours ago	
Niculina Nechifor			Oct 03 2022 07:49:55 AM	1 day ago	
Petre Ion			Oct 02 2022 02:09:17 AM	1 day ago	
Stafi Sabina	+373 694 35 034	stafisabina@gmail.com	Oct 03 2022 12:04:52 PM		
Els Sibel Sefer		sefer.els@yahoo.com	Oct 02 2022 10:11:02 AM		
...	Oct 02 2022	1 day ago	

Clever & Dynamic Systems SRL J40/8705/2011 RO28880908

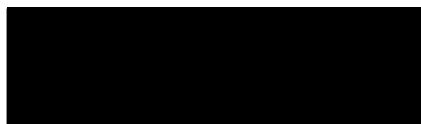
Aleea Privighetorilor, 82-84, H 3-1, Sector 1, București

- Platforma a facilitat accesul echitabil la serviciile de educație ale UMC.
- Prin corelarea cu conținutul campaniei de marketing online, platforma contribuie la motivarea studenților UMC de a participa la activități de studiu de marină.
- Platforma a contribuit 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 permite măsurarea și raportarea eforturilor de marketing și a deciziilor bazate pe date (generează rapoarte lunare de funcționare a platformei CRM, în care să se evidențieze eficiența utilizării platformei).

Data: 30 septembrie 2022

Întocmit,
Teleman Alexandra

Avizat,
Doru Mircea



APROBATĂ PE CEPIA,
CONF. UNIV. DR. CRISTINA DRAGOMIR
07.10.2022



