



Anexa nr. 1 OPDS 233/2803.2014

CAIET DE SARCINI

pentru întocmirea proiectului de concurs în vederea selecției pentru ocuparea postului de șef serviciu la Serviciul Cercetare și Strategie (SCS) din cadrul Societății Române de Radiodifuziune (SRR)

Prezentul Caiet de sarcini este întocmit în conformitate cu Regulamentul privind selecția personalului de conducere în cadrul SOCIETĂȚII ROMÂNE DE RADIODIFUZIUNE, aprobat prin HCA nr. 145/25.09.2013.

Caietul de sarcini pentru poziția de șef serviciu la Serviciul Cercetare și Strategie reprezintă cererea de ofertă formulată de către Societatea Română de Radiodifuziune în vederea ocupării funcției de conducere în urma concursului, precum și reperele tehnice necesare elaborării proiectului.

A. DATE PRIVIND SERVICIUL CERCETARE ȘI STRATEGIE (SCS)

I. DESCRIEREA SCS, CA PARTE A SRR

Societatea Română de Radiodifuziune este serviciul public autonom, de interes național, independent editorial.

Atribuțiile SRR sunt stabilite conform Legii nr. 41/1994 – republicată privind organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune și a Societății Române de Televiziune, cu modificările și completările ulterioare.

SRR își desfășoară activitatea sub controlul Parlamentului, în condițiile legii de organizare și funcționare și în conformitate cu convențiile internaționale la care România este parte.

Societatea Română de Radiodifuziune (SRR) este un serviciu public autonom de interes național, independent editorial, care își desfășoară activitatea sub control parlamentar în condițiile Legii nr. 41/1994, republicată, cu modificările și completările ulterioare, și în conformitate cu toate convențiile internaționale la care România a aderat.

Obiectul principal de activitate al SRR îl reprezintă realizarea și difuzarea programelor de radiodifuziune în limba română precum și în limbile minorităților naționale, cu scop informativ, cultural, educativ și de divertisment. Această misiune este realizată de către SRR prin intermediul posturilor de radio pe care le gestionează:

- Radio România Actualități
- Radio România Antena Satelor
- Radio România Cultural
- Radio România Muzical
- Radio România Internațional
- Radio Chișinău
- Radio România 3 Net „Florian Pittiș”
- Radio România Junior
- eTeatru.ro
- „Radio România Regional”, care are în subordine 8 (opt) posturi regionale:
 - Radio România București FM
 - Radio România Constanța

- Radio România Cluj
- Radio România Craiova
- Radio România Iași
- Radio România Reșița
- Radio România Târgu Mureș
- Radio România Timișoara.



Serviciul Cercetare și Strategie (SCS) este o structură a SRR, în cadrul Direcției Marketing și Comunicare al cărei obiect de activitate este unul complex, sintetizat prin următoarele atribuții generale astfel:

- asigură serviciile de cercetare necesare tuturor structurilor implicate, în vederea îmbunătățirii programelor SRR;
- acordă consultanță privind interpretarea datelor de audiență, pentru posturile SRR măsurate în cadrul SAR;
- acordă consultanță privind interpretarea rezultatelor obținute din studiile cantitative sau calitative, pentru posturile SRR implicate;
- participă la redactarea raportului anual al SRR, în termenele stabilite de legislația în vigoare.

II. POZIȚIA SCS ÎN CADRUL SRR

1) Subordonare

Din punctul de vedere al structurii organizatorice a SRR, **Serviciul Cercetare și Strategie** se află în cadrul **Direcției Marketing și Comunicare (DMC)** fiind reprezentată de un **șef serviciu**, care se subordonează nemijlocit Directorului DMC.

Directorul Direcției Marketing și Comunicare din cadrul căreia face parte SCS, este direct subordonat Președintelui Director General al SRR.

2) Relații funcționale ale SCS cu celelalte structuri interne ale SRR

Pentru atingerea obiectivelor sale SCS colaborează cu:

- Celelalte servicii din cadrul DMC, respectiv Serviciul Marketing și Serviciul Comunicare;
- Direcția Programe, respectiv Departamentul Studiouri Regionale și Centrul Cultural Media
- Direcția Economică, Direcția Tehnică, Direcția Managementul Resurselor Umane și Servicii Centralizate, precum și cu celelalte servicii din cadrul SRR, în vederea desfășurării curente a activității sale.

III. CONTEXTUL INTERN/EXTERN ÎN CARE SCS ÎȘI DESFĂȘOARĂ ACTIVITATEA

Context extern:

Piața de radio din România este împărțită în mai multe subpiețe: la nivel național, urbari, rural și municipiul București.

Principalele corporații competitori pe piața de radio sunt:

- la nivel național:
 - Lagardere Active Radio International SA care operează posturile Europa FM și Radio 21;
 - Compania de radio PRO – operează ProFM care a preluat și frecvențele InfoPro;
 - Societatea Română de Radiodifuziune (SRR) – Radio România Actualități, Radio România Cultural, Antena Satelor.



- în București:
 - Lagardere Active Radio International SA care operează posturile Europa FM și Radio 21;
 - Compania de radio PRO – ProFM;
 - SBS Broadcasting Media SRL – Kiss FM, Magic FM, Rock FM;
 - SC Realitatea Media SA – Radio Guerilla, Radio Total;
 - Intact Media Group – Radio Zu, Romantic FM;
 - SC ABC Plus Media SA – Național FM;
 - Societatea Română de Radiodifuziune (SRR) – RRA, RRC, București FM.
- la nivel urban:
 - Lagardere Active Radio International SA – Europa FM și Radio 21;
 - Compania de radio PRO – ProFM;
 - SBS Broadcasting Media SRL – Kiss FM, Magic FM, Rock FM;
 - SC Europa Development International SA – Europa FM;
 - Intact Media Group – Radio Zu, Romantic FM;
 - SC ABC Plus Media SA – Național FM;
 - SRR – RRA, RRC RRR, Antena Satelor.
- la nivel rural
 - SRR – RRA, RRR, Antena Satelor;
 - SC Europa Development International SA – Europa FM;
 - SBS Broadcasting Media SRL – Kiss FM, Magic FM, Rock FM.

Context intern:

Societatea Română de Radiodifuziune operează prin 20 posturi radio dintre care: trei cu acoperire națională (Radio România Actualități, Antena Satelor, Radio România Cultural), opt cu acoperire regională și patru posturi locale (posturile de radio din cadrul rețelei Radio România Regional), un post cu vocație națională specializat în muzica clasică și jazz – Radio România Muzical, trei posturi care emit numai pe internet (Radio România 3net, Radio România Junior, eTeatru.ro), Radio Chișinău și Radio România Internațional.

Conform Studiului de audiență radio realizat în perioada 2 septembrie – 22 decembrie 2013, la nivel național, peste 4,8 milioane ascultători (audiență cumulată) aleg posturile Radio România.

La aceștia se adaugă și audiența posturilor care nu intră în măsurătorile Asociației pentru Radio Audiență: Radio România Muzical și posturile online – Radio România 3Net și Radio România Junior.

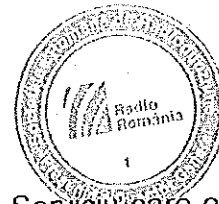
La nivel național, pe locul întâi se află Radio România Actualități, cu cea mai mare cotă de piață – 14,3, urmat de posturile comerciale Kiss FM și ProFM. Și în mediul urban, și în rural, Radio România Actualități ocupă prima poziție, cu o cotă de piață de 14,1%, respectiv 14,5%.

Radio România Actualități este unicul post din România cu acoperire națională de 99% din teritoriul țării. Emite 24 de ore din 24, 7 zile din 7 și are cea mai extinsă rețea de corespondenți din țară și din străinătate, precum și trimiși speciali în zonele de conflict.

Radio România Actualități este postul cu cea mai mare audiență din corporație și are ca țintă strategică atragerea publicului activ din mediul urban.

IV. TABLOUL ORGANIZAȚIONAL AL SCS

Serviciul Cercetare și Strategie are în structura sa personal de specialitate cu atribuții concrete în domeniul cercetării de piață și al sondajelor de opinie, specialiști cu experiență de minimum doi ani în domeniul cercetării de piață și al sondajelor de opinie și având cunoștințe solide în analiza, prelucrarea și interpretarea datelor.



1) Conducerea SCS

Conducerea Serviciului Cercetare și Strategie este asigurată de un Șef Serviciu care este subordonat Directorului Direcției Marketing și Comunicare.

Atribuții și responsabilități ale șefului serviciului SCS:

Generale:

- coordonează și răspunde de activitatea desfășurată în cadrul Serviciului Cercetare și Strategie;
- organizează, coordonează și controlează activitatea salariaților din cadrul Serviciului Cercetare și Strategie;
- elaborează fișele de post (atribuții și responsabilități pentru personalul din subordine);
- urmărește activitatea personalului din subordine în funcție de competențe;
- propune promovarea și sancționarea personalului din subordine;
- propune angajarea de personal la nivelul serviciului, în funcție de necesități;
- îndeplinește orice alte sarcini dispuse de Președintele Director General;
- elaborează și supune aprobării Directorului de Direcție norme metodologice și normative care privesc activitatea de cercetare la nivelul SRR;
- colaborează, în coordonarea directă a Directorului de Marketing și Comunicare, cu Directorul Direcției Programe, cu Managerii Studiourilor Regionale și cu Directorul Centrului Cultural Media, pentru implementarea strategiei de marketing și comunicare a SRR;
- în cadrul Sistemului de Management implementat și menținut în SRR, stabilește și coordonează realizarea obiectivelor SMART (specifice, măsurabile, abordabile, relevante și încadrate în timp) pentru procesele pe care le conduce, în vederea îndeplinirii obiectivelor generale stabilite de nivelul ierarhic superior;
- participă la analizele periodice privind Sistemul de management implementat și menținut în SRR, convocate de nivelul ierarhic superior, pentru a analiza, evalua și prioritiza riscurile în îndeplinirea obiectivelor și pentru a stabili acțiuni corective și preventive.

Specifice:

- elaborează planul de cercetare și metodologia studiilor pentru posturile SRR, incluzând, dar fără a se limita la: cercetare cantitativă (PAPI, CAPI, CATI) și cercetare calitativă (interviuri în profunzime, focus-grupuri etc.), respectiv: studii de poziționare / re poziționare, studii de piață, studii de tip AMT etc.;
- supervizează și monitorizează realizarea studiilor pentru posturile SRR, incluzând, dar fără a se limita la: cercetare cantitativă (PAPI, CAPI, CATI) și cercetare calitativă (interviuri în profunzime, focus-grupuri etc.), respectiv: studii de poziționare / re poziționare, studii de piață, studii de tip AMT etc.;
- participă la discuții metodologice (proiectarea eșantioanelor, a chestionarelor și ghidurilor de focus grup etc.) cu firmele selectate pentru a realiza cercetări cantitative și calitative pentru posturile radio SRR;
- monitorizează și se implică direct în relația cu Asociația pentru Radio Audiență, având calitatea de membru al Comitetului Tehnic al ARA și reprezentant SRR în AGA a ARA;
- se asigură de implicarea personalului abilitat din cadrul SRR în toate etapele referitoare la (re)negocierea și semnarea contractului dintre SRR și ARA pentru Studiul de Audiență Radio (SAR), incluzând, dar fără a se limita la: comunicarea cu conducerea



ARA, cooperarea și colaborarea permanentă cu persoanele implicate din cadrul SRR, întocmirea documentației necesare (notă de fundamentare etc.), obținerea de semnături etc.;

- periodic recepționează și/sau monitorizează recepția comunicatelor și datelor de audiență furnizate de ARA și/sau institutele de cercetare implicate în realizarea SAR;
- realizează și/sau coordonează realizarea de către colectivul de cercetare a unor analize privind evoluția indicatorilor de audiență după fiecare val de măsurare, precum și elaborarea rapoartelor către structurile de conducere ale SRR (Consiliul de Administrație, Comitetul Director);
- supervizează datele de audiență ale posturilor SRR care urmează a fi puse la dispoziția colectivului de redactare a raportului anual de activitate al SRR;
- realizează și/sau coordonează realizarea de analize ale datelor de audiență ce vor putea fi folosite de managementul posturilor SRR pentru modificarea grilelor de program;
- oferă consultanță pentru persoanele care se ocupă de prelucrarea și analiza datelor de audiență la nivelul posturilor SRR.

V. PRIORITĂȚILE SPECIFICE SCS

- a. membrii grupului de cercetare analizează și interpretează rapoartele de cercetare primite de la furnizorii de astfel de servicii, contractați de SRR;
- b. realizează analize comparative privind evoluția indicilor reprezentativi de audiență;
- c. furnizează datele necesare compartimentelor interesate, în vederea elaborării brief-urilor de cercetare;
- d. asigură realizarea de cercetări și furnizează date și informații relevante pentru întocmirea grilelor de programe;
- e. furnizează date privind audiența stațiilor SRR necesare elaborării raportului anual de activitate și redactează textul privind performanțele SRR în anul precedent redactării raportului;
- f. furnizează date privind evoluțiile și tendințele apărute în domeniul de specialitate;
- g. participă la ședințele tehnice ARA și reprezintă interesele instituției, în baza și în limitele mandatului dat de conducerea DMC;
- h. informează conducerea DMC cu privire la subiectele discutate în comitetul tehnic al ARA;
- i. prelucrează datele furnizate de ARA după fiecare val de măsurare a audienței și elaborează un raport pe care îl prezintă conducerii DMC în termen de cel mult două săptămâni de la primirea rezultatelor Studiului Național de Audiență;
- j. asigură confidențialitatea datelor, furnizând informații clienților interni și externi doar în baza aprobării conducerii DMC;
- k. asigură elaborarea strategiei anuale, cu obiective clare, în considerarea interdependenței cu obiectivele tuturor structurilor din cadrul organizației;
- l. realizează caietele de sarcini necesare selecțiilor de ofertă și a licitațiilor organizate de SRR pentru achiziționarea de servicii de profil și, cu aprobarea conducerii DMC, participă la selecția ofertelor;
- m. participă la fundamentarea viziunii de comunicare prin sincronizarea cu strategia obținută din studiile de piață, atât în plan organizațional, cât și strategic, artistic, editorial și atunci când este oportun, economic;
- n. în baza cercetărilor de piață, realizează strategia în domeniul specific și colaborează la implementarea strategiei Societății Române de Radiodifuziune în baza datelor și informațiilor obținute de la toate structurile interne ale instituției, precum și din cadrul Studiourilor Regionale;



o. la cerere, se implică în activitatea de coordonare a implementării Strategiei de marketing și comunicare a SRR și colaborează în acest sens cu Serviciul Marketing, Serviciul Comunicare și cu Serviciul Managementul Calității, în vederea respectării prevederilor legale specifice Controlului Managerial Intern, la nivelul SRR;

B. TEMA ȘI STRUCTURA PROIECTULUI

TEMA PROIECTULUI

Activitatea SCS în contextul conștientizării importanței cercetării de piață și a sondajelor de opinie în procesul de reorganizare și modernizare a SRR.

STRUCTURA PROIECTULUI

Elementele de structură a proiectului reprezintă criteriile generale de analiză, evaluare și notare a acestora, conform Regulamentului privind recrutarea și selecția personalului cu funcții de conducere în cadrul SRR.

Proiectul depus de candidat trebuie să conțină dezvoltarea temei date pe minimum următoarele elemente de structură:

1. Reglementare, organizare și obiect de activitate

- 1.1. Rolul și obiectul de activitate al SRR, conform prevederilor Legii nr. 41/1994 și a normativelor incidente;
- 1.2. Locul SRR în piața furnizorilor de servicii media.

2. Poziționarea și rolul SCS în cadrul SRR

- 2.1. Analiza mediului concurențial, în vederea unei prognoze privind publicul țintă, audiența și notorietatea posturilor SRR. Analiza SCS în cadrul SRR conform atribuțiilor și competențelor specifice;
- 2.2. Analiza structurii organizatorice a SCS, inclusiv relaționările interdepartamentale.

3 Flux de lucru (workflow), coordonare, optimizare a activității SCS

- 3.1. Descrierea fluxului de activități la nivelul SCS în vederea creșterii nivelului calitativ al activității SCS;
- 3.2. Propuneri de organizare internă și exploatare de resurse pentru eficientizarea activităților, conform atribuțiilor, rolului și competențelor specifice SCS.

4 Stabilirea priorităților, direcții de acțiune și modalități concrete necesare implementării acestora la nivelul SCS

- 4.1. Stabilirea priorităților specifice pentru organizarea și desfășurarea în condiții optime a activității SCS și direcții de acțiune;
- 4.2. Modalități concrete de implementare a direcțiilor de acțiune specifice SCS.

C. ALTE PRECIZĂRI

Proiectul de concurs se depune într-un plic sigilat, în format electronic în pdf, pe suport electronic (CD/DVD) și pe suport de hârtie, într-un singur exemplar, fără a conține indicii privind identitatea autorului și fără semnătură.

Pe plic se vor menționa: numele și prenumele candidatului, postul pentru care candidează.

Proiectul întocmit de candidat este limitat la un număr de cel mult 25 de pagini + Anexe, cu caractere Times New Roman, la un rând 1 pts, exclusiv titlurile și subtitlurile.



Proiectul va fi întocmit conform criteriilor din structura proiectului, cu respectarea și evidențierea dispozițiilor din actele și reglementările interne din bibliografia recomandată la punctul D.

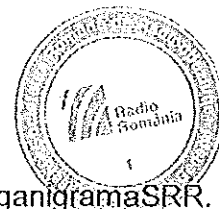
Candidații pot solicita informații suplimentare în vederea elaborării proiectelor, în baza unei cereri motivate pe care o vor adresa managerului ierarhic superior funcției de conducere pentru care se realizează selecția, iar acesta va face toate demersurile pentru furnizarea informațiilor, în termen de maximum trei zile lucrătoare de la data solicitării.

D. BIBLIOGRAFIE

- Legea 41/1994, cu modificările și completările ulterioare,
- Legea audiovizualului nr. 504/2002 cu modificările și completările ulterioare: cap. III – art. 27-38;
- Decizia CNA nr. 220 din 24 februarie 2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual;
- Legea sponsorizării nr. 32/1994, cu modificările și completările ulterioare;
- OUG 34/2006, cu modificările și completările ulterioare – Cap.I – Dispoziții generale, Secțiunea a 3-a – Tipuri de contracte de achiziție publică – art. 3 – 7, Cap. II – Reguli comune aplicabile pentru atribuirea contractului de achiziție publică, Secțiunea 1 – Reguli generale – art. 18 – 20, Cap. II – Reguli comune aplicabile pentru atribuirea contractului de achiziție publică, Secțiunea a 2-a – Reguli de estimare a valorii contractului de achiziție publică – art. 25 – 32, Cap. II – Reguli comune aplicabile pentru atribuirea contractului de achiziție publică, Secțiunea a 5-a – Reguli de publicitate – paragraful 3, art. 55, Cap. III – Proceduri de atribuire, Secțiunea a 7-a – Cererea de oferte – art. 124 – 126;
- CNA – Studii și cercetări – <http://www.cna.ro/-Sondaje-.html>;

Informații despre Societatea Română de Radiodifuziune și reglementări interne (www.S.R.R..ro)

- Viziune, misiune, valori și principii S.R.R. – http://www.srr.ro/RadioRomania/Documente_identitare-44
- Rezultatele activității S.R.R. în perioada 2007-2012 – Rapoarte de activitate 2007-2012 <http://www.S.R.R..ro/RadioRomania/rapoarte-20>
- Priorități și Obiectivelor strategice ale Societății Române de Radiodifuziune pentru perioada 2010-2014 – Hotărârea Consiliului de Administrație al SRR nr. 10/2010 <http://www.srr.ro/files/informatiipublice/Hotarari%20CA/2010/HotCA10din13.11.2010-Obiectivestrategice.pdf>
- Regulamentului de organizare și funcționare a Consiliului de Administrație al SRR aprobat prin HCA nr.9/2010, cu completările ulterioare <http://www.srr.ro/files/informatiipublice/Hotarari%20CA/2010/Hotararea9din28octombrie.pdf>
- Regulamentul de organizare și funcționare a Comitetului Director al SRR precum și a Comitetelor directoare teritoriale ale Studiourilor Teritoriale, aprobat prin HCA nr.16/2011, republicat <http://www.srr.ro/files/CY1923/PDF%20DIVERSE/HotarareaConsiliuluideAdministratielnr.62din19octombrie2011.pdf>
- Hotărârea CA nr.142/2013 privind aprobarea structurii organizatorice și a Regulamentului de Organizare și Funcționare al SRR



[http://www.srr.ro/files/CY1923/CA%202013/august/-](http://www.srr.ro/files/CY1923/CA%202013/august/)

[Hotararea Consiliului de Administratie nr. 142 din 28.08.2013 ref. Aprobare ROFSi Organigrama SRR.](#)
[pdf](#)

- Informații privind rezultatele studiilor de audiență
<http://www.audienta-radio.ro/default.aspx?id=7>

- Media Fact Book Romania 2013
<http://www.mediafactbook.ro/public/files/MFB2013.pdf>

- Prezentare emisiuni și produse S.R.R. (inclusiv grile de programe) –
www.radioromania.ro