



Universitatea Tehnică a Moldovei

**LICITAREA, OFERTAREA ȘI
ADJUDECAREA LUCRĂRILOR DE
CONSTRUCȚII**

Masterand:

Prozor-Barbalat Liliana

Conducători:

dr. conf. univ. Țurcanu Nicolae

dr. conf. univ. Vascan Grigore

Chișinău – 2016

REZUMAT

În asigurarea unui marketing de performanță, în garantarea competitivității întreprinderii pe termen mediu și lung un rol foarte important îl are interrelaționarea dintre firmă și client. Astfel în ultimii 30 ani s-a conturat o nouă latură în activitatea de marketing a agenților economici și anume cea de marketing relațional. În prezentul articol ne-am propus să prezentăm conținutul și principiile de bază ale marketingului relațional care odată aplicate pot contribui la obținerea de avantaje reciproce atât pentru producători, cât și pentru consumatori

CUPRINS

| | |
|---|-----|
| INTRODUCERE..... | 3 |
| CAPITOLUL 1. LICITAȚIA. NOȚIUNI ȘI TERMENI UTILIZAȚI..... | 5 |
| 1.1 Licitația. Cadrul legislativ..... | 5 |
| 1.2 Clasificarea licitațiilor..... | 8 |
| 1.3 Etapele de desfășurare a licitației..... | 11 |
| CAPITOLUL 2. ÎNTOCMIREA DOCUMENTAȚIEI PENTRU LICITAȚIE..... | 17 |
| 2.1 Conținutul pachetului de acte necesare pentru petrecerea licitațiilor..... | 17 |
| 2.2 Conținutul și structura documentației standard..... | 18 |
| CAPITOLUL 3. ELABORAREA ȘI PREZENTAREA OFERTELOR..... | 20 |
| 3.1 Calificarea candidaților/ofertanților..... | 20 |
| 3.2 Elaborarea ofertelor..... | 32 |
| 3.3 Prezentarea ofertelor..... | 37 |
| 3.4 Deschiderea și evaluarea ofertelor..... | 39 |
| CAPITOLUL 4. ADJUDECAREA CONTRACTELOR DE EXECUȚIE AL INVESTIȚIEI...45 | 45 |
| 4.1 Contractul. Condiții generale..... | 45 |
| 4.2 Proceduri de angajare a persoanei juridice achizitoare (investitor) în contractarea execuției investițiilor | 49 |
| CONCLUZII ȘI PROPUNERI..... | 55 |
| BIBLIOGRAFIE..... | 57 |
| ANEXA I..... | 58 |
| ANEXA II..... | 102 |