



# UNIVERSIDAD DE GRANADA

## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DE SERVICIO DE APOYO A LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

### INTRODUCCIÓN

La Oficina de Gestión de la Comunicación de la Universidad de Granada necesita poner en práctica su Plan General de Comunicación que, entre otras, contiene acciones desarrolladas a través de la web y de las redes sociales virtuales orientadas a informar y comunicar a los estudiantes presentes y futuros de la Universidad de Granada, a sus empleados y al público en general, acerca de cuantas actividades se desarrollan en el seno de esta institución, así como de su oferta formativa, las noticias más destacadas o cualquier otra información de interés general.

### OBJETO DEL CONTRATO

El presente contrato tiene por objeto la provisión del servicio de gestión y desarrollo de aquellas acciones del Plan General de Comunicación de la Universidad de Granada relacionadas con la web y las redes sociales virtuales o que tienen en estos medios su principal canal de difusión hacia los principales públicos objetivo de la Universidad de Granada.

### CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO A PRESTAR

El servicio objeto del contrato incluye, como mínimo, las siguientes prestaciones:

- **Gestión de redes sociales corporativas:** Mantenimiento y actualización de perfiles institucionales de la Universidad de Granada en las principales redes sociales virtuales (i.e., Facebook, Twitter, Youtube, Google+, Pinterest, LinkedIn, Instagram, etc.) con el objetivo de ofrecer información personalizada a los usuarios interesados y desarrollar espacios virtuales en los que compartir información, especialmente aquella relacionada con la oferta académica de la UGR, su gestión administrativa, su actividad general y, en definitiva, con cuantos aspectos institucionales puedan ser de interés para estudiantes, futuros estudiantes, empleados y público en general.
- **Mantenimiento y actualización de páginas web y portales institucionales** ([canal.ugr.es](http://canal.ugr.es)), **microsites específicos** ([estudiaengranada.ugr.es](http://estudiaengranada.ugr.es), [studyingranada.ugr.es](http://studyingranada.ugr.es), etc.), etc. Una parte importante del Plan General de Comunicación de la Universidad de Granada se basa en el uso de portales a través de los cuales se transmite toda la información generada por la Oficina de Gestión de la Comunicación (e.g., [canal.ugr.es](http://canal.ugr.es)), que contienen información detallada sobre las diferentes actividades desarrolladas por la Universidad, su oferta docente, los resultados alcanzados en el ámbito de la investigación y las principales novedades en el ámbito administrativo e institucional. Asimismo, también se emplean *microsites* específicos dirigidos a potenciales estudiantes de la Universidad de Granada en los que éstos pueden encontrar información específica y actualizada acerca de la oferta docente de la institución (grados, másteres y doctorados). El trabajo a realizar en este sentido consiste en la realiza-



ción de una permanente revisión y actualización de dichos contenidos para mantenerlos constantemente al día.

- **Atención a través de correo electrónico.** El servicio incluye la atención y respuesta de los correos electrónicos recibidos a través de las cuentas institucionales habilitadas al efecto, que sirven de canal de resolución de dudas y consultas de naturaleza variada que se realizan en relación con la actividad desarrollada por la Universidad de Granada. Así mismo, se incluye en este apartado el envío de correos electrónicos a los medios de comunicación con las noticias generadas por la Oficina de Gestión de la Comunicación, así como a todos los individuos suscritos a las listas de recepción de boletines de noticias de la UGR.
- **Apoyo a campañas publicitarias en buscadores (u otros medios online)** a través de sistemas patrocinados (como *Google Adwords* o similares), con el objetivo de generar tráfico hacia las webs institucionales de la Universidad de Granada. En este sentido, el servicio incluirá el desarrollo los anuncios publicitarios y la gestión de los sistemas de publicación de los mismos atendiendo a los criterios y el presupuesto establecidos por la dirección de la Oficina de Gestión de la Comunicación.
- **Medición de resultados y de las reacciones de los públicos objetivo.** Una de las actividades más importantes incluidas en este servicio es el seguimiento permanente de los perfiles institucionales y de los comentarios generados en la Web y en las redes sociales virtuales en torno a la Universidad de Granada, que permita visualizar la influencia generada por la institución, las características de sus usuarios, la visibilidad de sus contenidos, etc. Este seguimiento se materializará en una serie de informes que se entregarán periódicamente a la dirección de la Oficina de Gestión de la Comunicación, siguiendo sus indicaciones en cuanto a la frecuencia y el contenido de los mismos.
- **Apertura de nuevas vías de información y comunicación.** En un escenario dinámico como el de internet, la apertura y el mantenimiento de nuevas vías de información y comunicación es una necesidad constante. Se requiere por tanto una revisión permanente de las posibilidades que ofrecen las diferentes redes sociales (u otros nuevos medios) para actualizar, renovar e innovar canales de información y comunicación en (nuevas) redes sociales (o a través de nuevos medios que pudieran surgir).
- **Cobertura presencial de actividades y eventos particulares.** El interés de ciertas actividades y eventos en términos de su potencial repercusión para la imagen de la UGR podría justificar que se llevara a cabo una cobertura in situ de los mismos para realizar una "retransmisión" de los hechos a través de vídeo, fotografías o mensajes de texto que describan la actividad en cuestión en tiempo real a todos los colectivos que componen los públicos objetivo del Plan General de Comunicación de la UGR.
- **Apoyo en campañas de marketing directo,** dirigidas a centros de enseñanza secundaria, orientadas a informar a estudiantes y profesores de enseñanza secundaria sobre la oferta de títulos de la Universidad de Granada, a apoyar ciertas campañas de concienciación o sensibilización de los miembros actuales de la comunidad universitaria (e.g., encuestas de calidad, campañas de vacunación, actividades deportivas, etc.).



- **Diseño gráfico y multimedia de apoyo a todos los servicios anteriores.** Gran parte de las acciones previamente enumeradas requieren de la creación de material gráfico (incluido el formato vídeo) que sirva de ilustración a los contenidos generados y difundidos a través de los diferentes medios. En este sentido, el servicio incluirá la creación de dichos contenidos atendiendo a las especificaciones de la dirección de la OGC y siempre dentro de los parámetros marcados por el Manual de IVC de la UGR.

## REQUISITOS BÁSICOS DEL SERVICIO

A continuación, se describen los requisitos/funcionalidades básicas demandados para cada uno de los principales servicios descritos en el presente contrato.

### 1. Gestión de redes sociales corporativas

- Mantenimiento y actualización de los perfiles en redes sociales virtuales.
- Publicación de contenidos en dichas redes.
- Elaboración de una estrategia de desarrollo de la presencia en cada una de las principales redes sociales virtuales basada en un estudio previo de la presencia actual en relación con cada uno de los principales públicos objetivo.
- Atención al usuario (resolución de dudas y consultas a través de las redes sociales)
- Seguimiento de la estrategia y propuestas de mejora en función de los resultados que se vayan obteniendo.
- Realización de informes periódicos y de propuestas de mejora.
- Elaboración de campañas en redes sociales en función de las necesidades que vayan surgiendo.
- Medición de la reputación en en redes sociales.

### 2. Mantenimiento y actualización de páginas web y portales institucionales

- Publicación de notas de prensa en canal.ugr.es y www.ugr.es
- Gestión de las distintas secciones de la web: portada, destacados, etc.
- Control del correcto funcionamiento de la web: imágenes, errores 404, vídeos, enlaces, etc.
- Optimización SEO de las notas de prensa publicadas en el canal (búsqueda de palabra clave, optimización de imágenes, enlaces, metadatos...)

### 3. Atención a través de correo electrónico

- Resolución de dudas, comentarios, consultas, sugerencias, recibidas sobre diferentes aspectos de la actividad habitual de la Universidad de Granada.
- Distribución de "alertas informativas" con mensajes planificados.
- Contacto con las diferentes unidades y servicios de la UGR o externos a la misma para recabar periódicamente información acerca de las consultas más habituales.



#### **4. Apoyo a campañas publicitarias en buscadores (u otros medios online)**

- Distribución de mensajes programados (a través de redes sociales o mediante correo electrónico), como soporte o apoyo a las campañas publicitarias en internet diseñadas por el Plan General de Comunicación de la UGR.
- Seguimiento del rendimiento de campañas de mensajes programados.
- Desarrollo los anuncios publicitarios y gestión de los sistemas de publicación de los mismos atendiendo a los criterios y el presupuesto establecidos por la dirección de la Oficina de Gestión de la Comunicación

#### **5. Medición de resultados y de las reacciones de los públicos objetivo**

- Analítica Web: Creación de dashboard personalizado, establecimiento de objetivos y seguimiento de los mismos, seguimiento y análisis de datos, informes periódicos, etc.
- Informe diario sobre reacciones negativas en redes sociales.

#### **6. Apertura de nuevas vías de información y comunicación**

Análisis periódicos de la viabilidad de proyectos en diferentes redes sociales o a través de nuevas vías de información/comunicación que puedan surgir.

#### **7. Cobertura presencial de actividades y eventos particulares**

- Cobertura in situ de los mismos para realizar una “retransmisión” de los hechos a través de vídeo, fotografías o mensajes de texto que describan la actividad en cuestión en tiempo real.
- Grabación y emisión en directo de contenidos multimedia.
- Emisión de comunicados de texto en directo.

#### **8. Apoyo en campañas de marketing directo**

- Gestión de material para campañas de marketing directo
- Apoyo logístico en campañas de marketing directo.

#### **9. Diseño gráfico de apoyo a todos los servicios anteriores**

Creación de materiales gráficos necesarios para la ilustración de los contenidos generados y difundidos a través de los diferentes medios, también en formato vídeo.

### **ENTORNO TECNOLÓGICO**

Para la prestación del servicio, el proveedor deberá disponer del equipamiento (hardware y software) necesario en condiciones de máxima seguridad y de acuerdo con los estándares actuales de la tecnología.



# UNIVERSIDAD DE GRANADA

## EQUIPO DEL PROYECTO

El equipo de trabajo se debe organizar con el objetivo prioritario de asegurar la máxima calidad de los trabajos realizados. Para las tareas anteriormente señaladas se necesita contar con un equipo de personas que reúnan competencias en las siguientes áreas:

**Redes sociales, internet:** experiencia demostrada en puestos similares

- gestión y dinamización de redes, uso de herramientas de análisis, etc.
- gestión de páginas web y *microsites*,
- atención al público vía correo electrónico, etc.

**Marketing:** Conocimientos sobre gestión la imagen de marca, técnicas analíticas y marketing digital.

**Comunicación:** Conocimientos sobre comunicación e información digital. Se requieren buenas dotes para la redacción, así como para una comunicación adecuada, adaptada a públicos de diferentes perfiles.

**Conocimiento sobre la Universidad:** Para dotar al servicio de mayor calidad, se requiere un amplio conocimiento sobre la Universidad de Granada, su organigrama, estructura, funcionamiento, etc.

**Ofimática:** Conocimientos avanzados en herramientas ofimáticas y, en general, de las herramientas informáticas de uso común.

**Tecnologías de la información y la comunicación:** Conocimiento de las aplicaciones y herramientas para la gestión de redes sociales, gestión web, etc.

**Trabajo en equipo:** Se requiere capacidad para trabajo en equipo.

**Creatividad:** Se buscan nuevas visiones y propuestas para crear un valor diferencial en relación con otras instituciones análogas.

## COBERTURA HORARIA, PERSONAL MÍNIMO Y LUGAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Si bien el servicio puede prestarse en un régimen de relativa flexibilidad horaria, se requiere un equipo mínimo compuesto de 2 personas con disponibilidad plena, capaz de ofrecer una atención continuada ("24 horas/365 días") a las redes sociales y servicios de correo electrónico.

El servicio básico se debe prestar, al menos, de lunes a viernes, en servicio continuado de 8 a 22 horas, durante los 12 meses del año. Asimismo, se debe prestar especial atención al público en los días previos a las fechas de matriculación de estudiantes, así como en las situaciones especiales que la Universidad de Granada determine.

El lugar donde se prestará el servicio puede ser el propio que disponga la empresa contratante. La Universidad Granada puede colaborar con la cesión ocasional de espacios para la realización de tareas puntuales (como reuniones de coordinación, sesiones de planificación, etc.). Por la naturaleza del servicio, éste se puede atender en gran parte de las tareas desde cualquier lugar que ofrezca un adecuado acceso a internet.



**UNIVERSIDAD  
DE GRANADA**