VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HA DE REGIR LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ASISTENCIA A LA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS Y COMPRA DE PUBLICIDAD PARA LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

La Universitat de València, universidad pública fundada en 1499 es hoy una moderna universidad que imparte docencia, desarrolla investigación y genera actividades de cultura y difusión científica en todas las áreas del conocimiento.

La oferta de estudios de grado y de postgrado de la Universitat es la primera de la Comunitat Valenciana tanto en número de titulaciones como en estudiantes matriculados y se configura como un polo de atracción de estudiantes internacionales siendo la segunda universidad de Europa en recepción de estudiantes Erasmus; la actividad científica y de transferencia de conocimiento de la Universitat es reconocida como líder a nivel estatal y ocupa destacadas posiciones en los rankings internacionales; la dimensión cultural de la Universitat de València alcanza a una amplia gama de artes plásticas y visuales así como al ámbito deportivo, en el que la Universitat se sitúa como una de las primeras universidades de Europa en resultados en competiciones universitarias internacionales.

La Universitat de València, como institución pública, realiza un importante esfuerzo de comunicación institucional para informar a la sociedad sobre sus actividades así como sobre su amplia oferta de estudios.

El objeto del presente pliego es establecer las condiciones técnicas que han de regir en la contratación de la prestación del servicio de asistencia a la planificación de medios publicitarios y compra de publicidad en el marco de las políticas de comunicación institucional de la Universitat.

La inversión en medios publicitarios de la Universitat de València se concentra, principalmente, en las campañas de captación de estudiantes de grado y de postgrado y en la promoción de la actividad cultural y deportiva de la institución, empleando un amplio mix de medios (prensa, radio y exterior) que combina las dimensiones *offline* y *online*.

VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Los trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria en el marco de las campañas de comunicación de la oferta de titulaciones de grado y postgrado, a partir de los objetivos de la campaña publicitaria y la definición de los públicos objetivos, son los siguientes:

1. Cuantificación del target
2. Asistencia a la planificación de medios publicitarios, desarrollando propuestas de planes de medios para cada campaña en que se identifique el adecuado mix de medios y la selección de soportes concretos con propuestas de fechas, número de inserciones y formatos de inserciones
3. Cuantificación económica de cada inserción contemplada en el plan de medios, valorada a precios de tarifa, descuento de aplicación e importe neto de inversión para cada formato, soporte y medio
4. Cuantificación de resultados de las propuestas de planes de medios que permita la valoración de la campaña
5. Contratación de las inserciones en los soportes publicitarios aprobados en el plan de medios de cada campaña
6. Desarrollo técnico de las ideas creativas correspondientes a las campañas
7. Realización de las artes finales de las inserciones aprobadas en el plan de medios de cada campaña
8. Informe de cierre de campaña en que se recoja los resultados económicos, resultados de indicadores de retorno de inversión, índices de alcance del *target* en términos globales y por medio, soporte e inserción

VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Los trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria en el marco de las campañas de comunicación de la actividad cultural, a partir de los objetivos de la campaña publicitaria y la definición de los públicos objetivos, son los siguientes:

1. Cuantificación del target
2. Asistencia a la planificación de medios publicitarios, desarrollando propuestas de planes de medios para cada campaña en que se identifique el adecuado mix de medios y la selección de soportes concretos con propuestas de fechas, número de inserciones y formatos de inserciones
3. Cuantificación económica de cada inserción contemplada en el plan de medios, valorada a precios de tarifa, descuento de aplicación e importe neto de inversión para cada formato, soporte y medio
4. Cuantificación de resultados de las propuestas de planes de medios que permita la valoración de la campaña
5. Contratación de las inserciones en los soportes publicitarios aprobados en el plan de medios de cada campaña
6. Desarrollo técnico de las ideas creativas correspondientes a las campañas
7. Realización de las artes finales de las inserciones aprobadas en el plan de medios de cada campaña
8. Informe de cierre de campaña en que se recoja los resultados económicos, resultados de indicadores de retorno de inversión, índices de alcance del *target* en términos globales y por medio, soporte e inserción

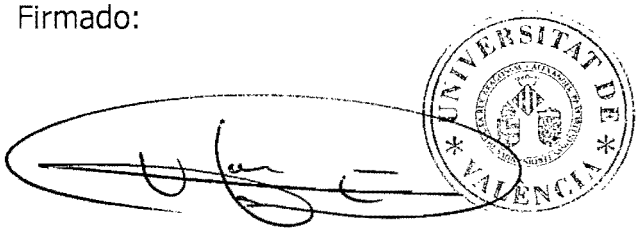
VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Los trabajos a realizar por la empresa adjudicataria en el ámbito de la publicidad institucional no incluida en las campañas señaladas con anterioridad son los siguientes:

1. Cuantificación del target
2. Asistencia a la planificación de medios publicitarios, desarrollando propuestas en que se identifique el adecuado mix de medios y la selección de soportes concretos con propuestas de fechas, número de inserciones y formatos de inserciones
3. Cuantificación económica de cada inserción propuesta, valorada a precios de tarifa, descuento de aplicación e importe neto de inversión para cada formato, soporte y medio
4. Cuantificación de resultados de las propuestas que permita la valoración de la inserción o inserciones
5. Contratación de la/s inserción/ones en los soportes publicitarios aprobados
6. Realización de las artes finales de las inserciones aprobadas en el plan de medios de cada campaña
7. Informe de cierre de la acción publicitaria en que se recoja los resultados económicos, resultados de indicadores de retorno de inversión, índices de alcance del *target* en términos globales y por medio, soporte e inserción

Valencia, 3 de diciembre de 2014

Firmado:



Joan Enric Ubeda Garcia
Asesor del Rector en Marketing y Comunicación