

BASES ESPECÍFIQUES

Acord del Consell de Govern (Comissió delegada de Recursos Humans) de data 20 d'octubre de 2020

Convocada per la Resolució de la rectora de 30 d'abril de 2021

Termini de presentació de sol·licituds: 24 de maig de 2021, inclòs

Taxes d'inscripció a la convocatòria: import a ingressar d'acord amb el punt 4 de les bases generals

Plaça: tècnic mitjà o tècnica mitjana de màrqueting

Descripció lloc de treball: tècnic mitjà o tècnica mitjana de màrqueting

Especialitat: sense especialitat

Grup professional: grup II

Nombre de places: 1

Codi de la plaça: PL001715

Unitat: Gabinet de Comunicació i Màrqueting

Característiques de la contractació:

Tipus de contracte: contracte de personal laboral fix

Jornada: jornada completa i

Disponibilitat: disponibilitat horària

Categoria i CLT: grup II/S

Retribució bruta anual *

Salari base: 28.020,86 €

CLT/S: 1.580,40 €

* A aquest import li serà d'aplicació les mesures pressupostàries que es dictin pels òrgans competents i que afectin a retribucions dels empleats públics.

Funcions / Coneixements / Competències:**Funcions*****Del lloc de treball (DLT)***

- Aplicar els coneixements tècnics al desenvolupament de les activitats i tasques assignades.
- Participar en la programació dels projectes encomanats, dur-los a terme, garantir-ne la implantació correcta i el seguiment segons el seu àmbit d'actuació.
- Recopilar, actualitzar i complir les disposicions legals, normes i acords relacionats amb les matèries de la seva àrea.
- Vetllar pel posicionament de l'oferta formativa en els continguts web i proposar accions de millora (SEM/SEO).
- Proposar i identificar nous canals en línia i generar oportunitats.
- Identificar i gestionar models informatius de comunicacions i de màrqueting per als programes de grau, màster, doctorat i Alumni amb coordinació amb el Gabinet de Comunicació.
- Donar suport tècnic en la planificació comercial i en la coordinació de les activitats de màrqueting de la Universitat.
- Participar en reunions i esdeveniments als quals ha d'assistir en funció de les seves competències i traslladar al responsable del servei o unitat administrativa els acords adoptats.

- Coordinar-se amb altres unitats de la Universitat en matèries de la seva competència d'acord amb les instruccions rebudes pel responsable del servei o unitat administrativa.
- Tractar, elaborar i analitzar informes, indicadors, estudis de mercat i altres documents específics, per al desenvolupament dels ensenyaments universitaris detectant les tendències, l'evolució, les oportunitats i els riscos de mercat.
- Identificar oportunitats de millora i col·laborar en projectes, accions o programes que facilitin o millorin l'eficàcia, la qualitat i la productivitat dels serveis.
- Aplicar en l'àrea de la seva competència les directrius que en matèria de qualitat estableixin els òrgans de govern de la Universitat.
- Donar suport tècnic i operatiu a la unitat, participant en el desenvolupament i la implantació de solucions, procediments, propostes, mètodes i tecnologies.
- Gestionar el procés propi de l'àmbit d'actuació i desenvolupar les accions necessàries per implantar-lo.
- Proposar noves tecnologies en les àrees de la seva competència i col·laborar a implantar-les.
- Adoptar les mesures necessàries per assegurar una atenció adequada als usuaris, garantint criteris d'eficiència.
- Revisar i mantenir els fitxers de dades o altres instruments tècnics propis del seu àmbit d'actuació.

De la unitat

Transversals de la unitat

- Coordinar i supervisar, des del punt de vista de continguts, imatge i difusió, l'elaboració de material de suport a la comunicació i promoció institucional (vídeos, revistes, etc), d'acord amb les indicacions de l'equip de direcció.
- Detectar mancances i necessitats en l'àmbit de la comunicació i difusió interna i externa mantenint contacte permanent amb les unitats internes de la URV.
- Gestionar l'arxiu audiovisual de la comunicació interna i externa, emprant les tècniques possibles hi posar-ho a disposició de la comunitat universitària
- Dissenyar, gestionar i coordinar els continguts dels mitjans de comunicació habituals de la URV, entre els quals la web.
- Donar suport tècnic a les comissions relacionades amb els àmbits d'actuació de la unitat
- Promoure propostes de millora en l'àmbit tecnològic o de procediment de treball, per tal de fomentar la comunicació interna i externa, en el marc de la URV.
- Contribuir a desenvolupar els programes informàtics institucionals de l'àmbit d'actuació.
- Implementar i mantenir la gestió per processos, la carta de serveis i els sistemes de gestió de la qualitat.
- Atendre els requeriments de les diferents auditories, òrgans d'intervenció, etc.
- Mantenir i actualitzar la pàgina web i altres serveis virtuals d'acord amb l'àrea de competència.

Específiques de la subunitat (màrqueting):

- Dissenyar, implementar i fer el seguiment del pla de màrqueting de la URV
- Definir i gestionar les estratègies de màrqueting d'estudiants de Màster i Grau, amb coordinació amb l'Oficina de l'Estudiant (OFES)
- Definir i gestionar les campanyes de posicionament, promoció i fidelització dels programes formatius de la URV i d'altres productes i serveis de la universitat, en l'àmbit nacional i internacional i fer-ne el seguiment
- Impulsar i gestionar la presència dels programes de grau i màster en xarxes socials i analitzar-ne la informació i participació
- Impulsar activitats de promoció de l'oferta acadèmica dels programes de grau i màster en col·laboració amb l'Oficina de l'Estudiant i col·laborar en la difusió de les convocatòries d'ajuts als programes de Màster
- Gestionar el pressupost assignat per les campanyes de màrqueting de la URV
- Col·laborar amb el Gabinet de Programació i Qualitat en la detecció de necessitats formatives en funció de la demanda potencial
- Desenvolupar i gestionar les eines tecnològiques (CRM) per tal de fer el seguiment dels estudiants potencials i/o formes equivalents de gestió de clients
- Proposar i desenvolupar estratègies de gestió de clients per a les campanyes de captació i fidelització.
- Integrar les dades dels diferents sistemes d'informació i aplicacions al programari de gestió de clients.
- Elaborar informes de rendició de comptes institucionals en els àmbits d'activitat i fer-ne difusió.
- Gestionar la Botiga URV, les comandes, estocs i el control de preus, per donar un servei àgil i posar a disposició de la comunitat universitària i al públic en general els productes que la URV ha seleccionat per vendre'ls amb el "logotip de la URV"

Coneixements

Aplicacions informàtiques:

- Programa de presentacions

- Processador de text
- Full de càlcul
- Base de dades d'escriptori
- Aplicació del Registre General URV
- Sistema integrat d'informació i anàlisi
- Aplicació específica de gestió de pàgines web
- Espai de treball compartit
- Aplicació de creació de diagrames, organigrames, etc.
- Aplicació de gestió de la signatura digital
- Aplicació d'e-mail màrqueting
- Aplicació de seguiment dels clients potencials
- Control intern de documents

Competències:

Estratègiques:

- Identificació amb la URV
- Aprenentatge continuat
- Flexibilitat i Adaptabilitat
- Proactivitat - Iniciativa
- Compromís amb la qualitat

Específiques:

- Treball en equip
- Orientació a resultats
- Organització i Planificació
- Comunicació
- Capacitat d'anàlisi i síntesi

Temari específic:

- 1 Identitat i imatge institucional de la URV: Manual d'identitat institucional; Guia d'usos i recomanacions.
- 2 Plans de comunicació: Disseny, implementació i seguiment
- 3 Pla de màrqueting: Disseny, implementació i seguiment L'estratègia de màrqueting. Tipus d'estratègies.
- 4 Posicionament web i SEO: què és, fases d'optimització d'un lloc web, tècniques. Cercadors i posicionament web: estratègies en les institucions públiques per a l'optimització de resultats en els motors de cerca.
- 5 Publicitat digital: què és i com dur-la a terme. Xarxes socials, buscadors i display.
- 6 Estratègies de comunicació: canals de comunicació que generin oportunitats, redacció de continguts per diferents canals, mitjans i formats, Pla de comunicació de la URV.
- 7 Màrqueting de continguts: què és i per a què serveix, beneficis, estratègia
- 8 Inbound marketing: concepte i estratègies
- 9 Email màrqueting: disseny de campanyes
- 10 Procés de compra i funnel de vendes: què és, per a què serveix, etapes del procés de vendes, beneficis, planificació eficient.
- 11 Customer journey: què és i com definir-lo en l'estratègia de màrqueting
- 12 Les noves tecnologies aplicades a la comunicació en l'administració pública. Els mitjans públics de comunicació i les xarxes socials. Usos, eines de gestió i oportunitats.
- 13 Màrqueting educatiu. Estratègies de comunicació de l'oferta educativa. Audiència. Segmentació. Posicionament.
- 14 La gestió del valor d'una marca. Imatge corporativa i reputació corporativa. Riscos de reputació.

Comissió de selecció:	
President / presidenta titular:	Maria Bonet Donato
President/ presidenta suplent:	Domènec Puig Valls
Vocal titular:	Jaume Llambrich Brull
Vocal suplent:	Javier Legarreta Borao
Vocal titular:	Juan José Rofes Salas
Vocal suplent:	Carolina Blas Ribera
Vocal titular:	Pablo Montero Moran
Vocal suplent:	Joel Fernández García
Vocal titular:	Joan Martínez Domingo
Vocal suplent:	Roc Arola Arnal

Data de publicació: 03/05/2021