



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES REGULADORA DE LA CONTRACTACIÓ, MITJANÇANT PROCEDIMENT OBERT, NO SUBJECTE A REGULACIÓ HARMONITZADA, PER LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE REBRANDING I ACTIVACIÓ DE LA NOVA MARCA D'IL3-UB.

Expedient núm. 10/2025

1. Introducció

L'Institut de Formació Contínua de la Universitat de Barcelona (IL3-UB), com a referent en l'àmbit de la formació permanent, inicia un procés de redefinició estratègica i identitària amb l'objectiu de reforçar el seu posicionament com a centre de referència internacional i actor clau dins i fora de la Universitat de Barcelona.

Aquest plec recull els requisits tècnics per a la contractació del servei integral de rebranding i activació de la nova marca institucional.

2. Objecte del contracte

El present contracte té com a objecte la **creació, desenvolupament i implementació d'una nova identitat estratègica i visual per a l'Institut de Formació Contínua IL3-UB**, amb l'objectiu de reflectir el seu nou propòsit institucional com a referent en formació permanent, i fer visible la seva pertinença i alineació amb el Grup Universitat de Barcelona.

Aquest rebranding haurà de tenir en compte el model d'**arquitectura de marca institucional del Grup UB**, de manera que:

- S'assumeixi la pertinença institucional a la Universitat de Barcelona.
 - Es garanteixi una expressió gràfica pròpia i diferenciada per a IL3.
 - Es defineixi un sistema visual flexible, escalable i replicable, que pugui actuar com a model per a futures revisions d'identitat de la resta d'entitats del Grup UB.
-

3. Abast del servei

El servei comprèn les següents fases, amb especial atenció a la coherència amb el sistema institucional de marca:

Fase 1. Diagnosi

- Auditoria de marca i arquitectura institucional (IL3 i UB).
- Anàlisi específica del context d'arquitectura de marca del Grup UB.
- Avaluació de la coherència entre la identitat actual d'IL3 i la marca UB.
- Entrevistes qualitatives amb stakeholders clau.
- Enquesta de percepció a les audiències IL3.



- Anàlisi del context educatiu, benchmarking i tendències internacionals.
- Diagnosi digital (SEO, percepció IA, reviews, audiències).
- Recollida de requeriments institucionals i criteris gràfics de la UB.

Fase 2. Conceptualització estratègica

- Definició de plataforma de marca: propòsit, valors, territori, posicionament, personalitat.
- Propostes de *naming* per a la nova marca.
- Testeig de les propostes de naming amb audiències representatives, tant nacionals com internacionals, i també provinents de diferents àmbits de coneixement.
- Estratègia de relació amb la masterbrand UB.
- El desplegament de la marca ha de contemplar els diferents àmbits de coneixement presents a la UB.
- Definició d'una estratègia d'arquitectura de marca que posicioni IL3 com una marca amb identitat pròpia dins del sistema UB.
- Workshop de validació amb equips clau d'IL3 i UB.

Fase 3. Desenvolupament identitari

- Identitat visual: logotip, cromatisme, composició, tipografia, key visuals, fotostil, pictogrames.
- Identitat verbal: *claim*, manifest, to de veu.
- Manual de marca.
- (Opcional) Identitat sonora.
- Disseny d'una identitat visual per IL3 que compleixi els requisits de modularitat, flexibilitat i replicabilitat, i que pugui servir de precedent per al redisseny d'altres fundacions del Grup UB.
- Proposta gràfica que transmeti pertinença institucional a la UB, sense perdre la personalitat funcional i diferencial d'IL3.

Fase 4. Implementació i activació

- Desenvolupament d'aplicacions bàsiques.
- Adaptació visual digital (web i xarxes socials).
- Guia d'identitat social (*Social Book*).
- Pla d'implicació multistakeholder.
- Llançament intern: plantejament de les línies bàsiques del pla de comunicació i engagement.
- Llançament extern: plantejament de les línies bàsiques del estratègia de campanya i relacions institucionals.
- Guia d'aplicació de la marca en sistemes de co-branding.
- Manuals de referència per a la futura implementació del sistema visual a altres marques del Grup UB.

4. Requeriments tècnics i de l'equip

L'empresa licitadora haurà de proporcionar el detall de quins són els perfils tècnics i experiència de l'equip de treball que participarà.



L'empresa que resulti adjudicatària de la present contractació de serveis haurà de complir els següents requisits:

Disposar dels recursos humans per a l'execució de l'objecte de contracte, assignant una persona responsable com enllaç directe entre l'Institut de Formació Contínua de la Universitat de Barcelona i l'empresa adjudicatària, qui és compromet a aportar personal professional amb l'experiència i formació adequades per portar a terme les tasques assignades.

En aquest sentit, i en concret, ens referim a que l'empresa adjudicatària ha de disposar d'un equip pluridisciplinari format, com a mínim, per:

1. Un Director de projecte / Coordinador general amb un mínim de 8 anys d'experiència en la coordinació i gestió de projectes d'identitat corporativa.

FUNCIONS:

- Dissenyar i implementar estratègies de marca sòlides, alineades amb la visió, missió i valors de la institució. Analitzar el posicionament actual de la marca i proposar millores que aportin valor diferencial.

REQUISITS MÍNIMS:

- Formació superior en màrqueting, comunicació, publicitat o disciplines afins.
- Experiència mínima de 8 anys en desenvolupament i implementació d'estratègies de marca.
- Coneixement demostrable en processos de posicionament de marca i storytelling estratègic.
- Habilitat per coordinar estudis de mercat i traduir-ne els resultats en accions concretes.

2. Un Director/a estratègic de marca amb 8 anys d'experiència en direcció de projectes de definició estratègica de marca, amb capacitat d'insights i recerca.

FUNCIONS:

- Definir i estructurar l'arquitectura de marca per assegurar la coherència i la jerarquia entre les diferents submarques o unitats dependents de la institució. Aportar una visió global i integradora que permeti optimitzar la governança de la marca.

REQUISITS MÍNIMS:

- Formació universitària en comunicació corporativa, gestió de marques o similar.
- Experiència contrastada (mínim 8 anys) en projectes d'arquitectura de marca institucional o en entorns públics o educatius.
- Coneixements de models de marques monolítiques, endossades i híbrides.
- Capacitat per facilitar processos participatius amb múltiples stakeholders.

3. Un Director/a creatiu amb 8 anys d'experiència en projectes de branding i llenguatge gràfic

FUNCIONS:

- Liderar el desenvolupament visual i conceptual del projecte, assegurant una proposta creativa alineada amb els valors institucionals i amb impacte comunicatiu. Supervisar la



producció gràfica i audiovisual.

REQUISITS MÍNIMS:

- Formació en disseny gràfic, belles arts, comunicació visual o camps afins.
- Direcció creativa de projectes institucionals.
- Domini de llenguatge visual aplicat a entorns educatius i institucionals.
- Capacitat per liderar equips creatius i gestionar múltiples formats i suports.

4. Un Especialista en continguts i relat amb 5 anys d'experiència com a Copywriter / Content Strategist

FUNCIONS:

- Elaborar continguts textuais de qualitat, tant en format llarg com breu, adaptats als diferents canals i públics. Construir narratives institucionals que reforcin la identitat i el relat de la marca.

REQUISITS MÍNIMS:

- Formació en periodisme, filologia, comunicació o semblant.
- Redacció creativa en entorns institucionals o públics.
- Domini del català i el castellà, tant a nivell escrit com oral.
- Capacitat per adaptar el to i el registre segons els suports i l'audiència.

5. Project Manager

FUNCIONS:

- Coordinar l'execució del projecte garantint el compliment dels terminis, pressupost i qualitat. Actuar com a interlocutor entre el client i l'equip executiu, gestionant recursos i riscos.

REQUISITS MÍNIMS:

- Formació superior en gestió de projectes, administració, educació o similar.
- Experiència mínima de 5 anys en direcció i coordinació de projectes en entorns educatius, universitaris o de l'administració pública.
- Coneixement d'eines de planificació i seguiment de projectes (com Trello, Asana, MS Project, etc.).
- Habilitats de comunicació, lideratge i resolució de conflictes.
- La comunicació entre la persona enllaç i l'Institut de Formació Contínua de la Universitat de Barcelona i UB haurà de ser fluida i estar dotada de la immediatesa que la dinàmica de la campanya requereixi.
- Sens perjudici de l'anteriorment exposat s'estableix el termini d'execució dels serveis detallats a continuació i contemplats en l'objecte del contracte, des de l'inici del mateix fins a la finalització del projecte.

6. Dissenyador gràfic amb 5 anys d'experiència



FUNCIONS:

- Comunicar idees visuals de manera efectiva tot combinant art i tecnologia per transmetre missatges a través d'imatges, tipografies, colors i composicions.

REQUISITS MÍNIMS:

- Formació en disseny gràfic, Belles Arts, Comunicació Visual o similars
- Creació de dissenys visuals
- Aplicació de conceptes de marca
- Ús d'eines digitals

Per altra banda, l'empresa adjudicatària haurà d'acreditar:

- Experiència en projectes de rebranding per institucions educatives d'abast nacional o internacional.
- Presència o experiència demostrable en els mercats europeu, estatal i LATAM.

5. Metodologia i coordinació

L'empresa adjudicatària haurà d'adoptar una metodologia de treball basada en la col·laboració estreta amb IL3-UB i orientada a garantir la qualitat, la coherència i l'eficàcia del projecte. Aquesta metodologia es fonamentarà en els següents principis i dinàmica operativa:

1. Treball col·laboratiu i participatiu amb els equips d'IL3-UB

L'empresa adjudicatària haurà de treballar de manera integrada amb els diferents perfils i equips de l'IL3-UB, assegurant una comunicació fluida, oberta i permanent. S'espera que la presa de decisions clau, així com el desenvolupament dels continguts i accions, es faci de manera consensuada i alineada amb els valors i objectius de la institució.

2. Dinàmica de treball en fases, amb validacions per part d'IL3-UB

El projecte es desenvoluparà per etapes o fases clarament definides:

- Fase 1. Diagnosi
- Fase 2. Conceptualització estratègica
- Fase 3. Desenvolupament identitari
- Fase 4. Implementació i activació

Cadascuna d'aquestes fases requerirà una validació formal per part d'IL3 i UB abans d'avançar a la següent, per tal d'assegurar el correcte seguiment dels objectius, terminis i qualitat dels lliuraments.

3. Reunions de seguiment periòdiques

S'establirà un calendari de reunions de seguiment regulars (setmanals, quinzenals o mensuals, segons la naturalesa i intensitat de la fase del projecte) entre l'empresa adjudicatària i l'equip IL3 i UB. Aquestes trobades tindran com a objectiu fer el seguiment del progrés, resoldre incidències, revisar els resultats parcials i reajustar el pla de treball si cal.



4. Assignació d'un/a únic/a interlocutor/a per part de l'agència (Project Manager)

L'empresa haurà de designar un/a únic/a interlocutor/a responsable del projecte, que actuarà com a **Project Manager** i que centralitzarà tota la comunicació amb IL3 i UB. Aquesta figura garantirà la coordinació interna de l'equip adjudicatari, la coherència del projecte i la resposta àgil davant qualsevol requeriment o incidència.

5. Lliurament de documents en format digital i editable

Tots els documents, informes, materials gràfics o audiovisuals generats durant el projecte hauran de ser lliurats en format digital i editable (p. ex. Word, Excel, PowerPoint, Illustrator, InDesign o formats equivalents). Això facilitarà la reutilització, adaptació i actualització posterior per part de l'IL3 i la UB.

6. Sistema de facturació

Facturació:

- 50% a la signatura del contracte
- 30% a la meitat del projecte
- 20% a la finalització

Les factures seran lliurades en format PDF vàlid com a factura (obligatori) a l'adreça de correu electrònic: knnguyen@il3.ub.edu, tribas@il3.ub.edu

7. Criteris d'adjudicació

Els criteris no avaluables automàticament permetran que s'atorgui a les empreses licitadores fins a un màxim de **49 punts**. És requisit indispensable obtenir **una puntuació igual o superior a 35 punts**, per poder continuar com a empresa participant en aquest procediment de licitació.

A) Criteri: Rigor metodològic i plantejament estratègic (30 punts)

Es valorarà la qualitat global del projecte en relació amb els següents subcriteris:

- **Claredat i coherència del plantejament conceptual i dels objectius del projecte (6 punts)**
 - ☐ Definició clara dels objectius generals i específics.
 - ☐ Coherència entre els objectius, les fases i els resultats esperats.
- **Definició i justificació de les fases de treball (6 punts)**
 - ☐ Estructura lògica i ben seqüenciada de les fases.
 - ☐ Adequació temporal i metodològica de cada etapa.
 - ☐ Coherència entre les fases i els recursos proposats.
- **Rigor en les metodologies d'anàlisi i participació (8 punts)**
 - ☐ Adequació de les metodologies qualitatives i/o quantitatives proposades.
 - ☐ Incorporació de mecanismes participatius rellevants (agents clau, parts interessades, etc.).



- ☐ Capacitat de generar dades útils per a la presa de decisions.
- **Alineació estratègica amb els objectius institucionals d'IL3-UB (5 punts)**
 - ☐ Connexió amb les línies d'actuació i prioritats de l'IL3-UB.
 - ☐ Contribució a la missió i valors de l'entitat.
 - ☐ Potencial d'impacte en el posicionament institucional.
- **Encaix amb l'arquitectura de marca UB i del Grup UB (5 punts)**
 - ☐ Coherència amb els valors i el relat de marca UB i del Grup UB.
 - ☐ Ús correcte dels elements identitaris i comunicatius.
 - ☐ Adequació del to i missatge del projecte a la imatge institucional.

B) Criteri: Enfocament col·laboratiu i participatiu (10 punts)

Es valorarà la qualitat de la proposta en relació amb la participació activa d'IL3-UB i la manera com es planteja la col·laboració al llarg del projecte, d'acord amb els subcriteris següents:

1. Grau d'implicació proposat per a IL3-UB en cada fase del projecte (3 punts)

- Participació activa d'IL3-UB durant tot el cicle del projecte.
- Rols clars definits per a l'equip d'IL3-UB.
- Integració efectiva de l'equip institucional en la presa de decisions clau.

2. Model de treball conjunt i governança del projecte (3 punts)

- Proposta clara de coordinació entre les parts.
- Sistemes de seguiment, presa de decisions i gestió compartida.
- Establiment d'equips mixtos o canals de comunicació continus.

3. Espais de cocreació: freqüència, qualitat i dinamització (2 punts)

- Existència de sessions participatives planificades (tallers, grups de treball, etc.).
- Qualitat metodològica dels espais de cocreació.
- Inclusió d'eines o tècniques facilitadores innovadores.

4. Mecanismes de validació compartida (2 punts)

- Procediments clars per validar entregables i decisions estratègiques.
- Espais de contrast, revisió i consens amb IL3-UB.
- Flexibilitat per incorporar feedback en temps real.

C) Criteri: Propostes de valor afegit i innovació (9 punts)

Es valorarà l'aportació d'elements que suposin un salt qualitatiu respecte als requeriments bàsics del projecte. Es tindran en compte els següents subcriteris:

1. Originalitat i creativitat de la proposta (3 punts)

- Enfocaments conceptuals o operatius singulars.
- Solucions no convencionals però viables.
- Capacitat per generar noves idees o perspectives.

2. Aplicació de metodologies innovadores (3 punts)



- o Ús de metodologies avançades o no habituals en aquest tipus de projectes.
 - o Integració de tecnologies digitals, eines de visualització, IA, etc.
 - o Justificació del valor afegit de la metodologia escollida.
3. **Valor afegit no requerit explícitament (2 punts)**
- o Propostes complementàries (diagnòstics addicionals, materials, comunicació, formació, etc.).
 - o Iniciatives que millorin l'impacte, l'escalabilitat o la transferibilitat del projecte.
4. **Capacitat per generar impacte transformador (1 punt)**
- o Possibilitat de replicar o adaptar la proposta en altres contextos de l'IL3-UB o del Grup UB.
 - o Incidència real en els processos, cultura o resultats institucionals.

8. Termini d'execució

El projecte es durà a terme en un termini màxim de 6 mesos des de la signatura del contracte, amb un calendari per fases validat conjuntament.

9. Propietat intel·lectual i confidencialitat

Tot el material desenvolupat en el marc del contracte serà propietat d'IL3-UB un cop completat el pagament. L'empresa adjudicatària haurà de signar clàusules de confidencialitat sobre la informació compartida i obtinguda durant el projecte.

10. Consideracions finals

Aquest projecte de rebranding no suposa només un canvi visual, sinó un canvi de fons que ha de reforçar el posicionament estratègic de l'IL3 com a palanca transformadora dins la Universitat de Barcelona i dins del sistema educatiu internacional.

Barcelona, 28 juliol 2025

Teresa Ribas
Responsable MKT Comunicació IL3-UB

Kim Nguyen
Responsable MKT Digital IL3-UB