



## PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques DE LA CONTRACTACIÓ, MITJANÇANT PROCEDIMENT OBERT, D'UN SERVEI D'AGÈNCIA DE MÀRQUETING DIGITAL DE DIVERSOS PROGRAMES I SERVEIS DE LA UNIVERSITAT DE BARCELONA.

EXPEDIENT 2025/122

### 1. Objecte

L'objecte de contracte consisteix en la prestació d'un servei d'agència de màrqueting digital, en els termes i condicions definits en el plec de prescripcions tècniques, que comprèn el suport en la creació i desenvolupament de les campanyes de màrqueting digital dels programes i serveis de la Universitat de Barcelona (UB), de l'Escola d'Idiomes Moderns (EIM) i d'Estudis Hispànics (EH), així com els serveis de consultoria d'analítica web i de Search Engine Optimization (SEO).

L'objecte conté les següents prestacions:

- *Serveis de màrqueting*

Inclou els serveis següents:

- Anuncis a les xarxes publicitàries de Google (Adwords i/o Display segons l'estratègia que es defineixi).
- Anuncis a les xarxes socials (Facebook, Instagram, Spotify i/o Tik Tok segons l'estratègia que es defineixi).
- Seguiment de resultats.

Els programes i serveis a promocionar són:

- Màsters universitaris de la UB.
- Cursos d'idiomes de diverses convocatòries de l'Escola d'Idiomes Moderns.
- Cursos d'espanyol i de cultura espanyola de diverses convocatòries d'Estudis Hispànics.
- *Serveis de consultoria per a les webs de la Universitat de Barcelona i la web de comerç electrònic de marandatge oficial de la UB (<https://shop.ub.edu>) per que fa:*
  - Analítica web .
  - Serveis d'optimització per a motors de cerca o Search Engine Optimization (SEO).
  - Serveis d'optimització per a motors de cerca generatius d'intel·ligència artificial o Generative Engine Optimization (GEO).

### 2. Objectius

1) Definir, conjuntament amb la UB, els objectius en les diferents campanyes de màrqueting digital, l'estratègia que es portarà a terme per aconseguir-los i els indicadors d'èxit a establir (KPI's).

2) Establir, conjuntament amb la UB, un pla de treball anual segons els diversos serveis requerits, i el personal necessari per a l'execució.



3) Executar el pla de treball definit d'acord amb els objectius establerts, mantenint la coordinació amb la UB.

4) Definir, conjuntament amb la UB, un sistema de seguiment de resultats per a les diverses campanyes i presentació de resultats finals.

4) Respondre a les consultes i realitzar les tasques sol·licitades pel que fa a la consultoria d'analítica web i de SEO.

### **3. Abast del servei i tipologia de serveis**

#### **3.1 Abast del servei**

El present servei abasta els següents aspectes:

1) La definició estratègica, planificació, execució, seguiment i presentació de resultats de les campanyes de difusió de màrqueting digital dels programes i serveis següents de la Universitat de Barcelona:

- Programes de màsters universitaris de la UB
- Cursos de diverses convocatòries de l'Escola d'Idiomes Moderns (EIM)
- Cursos de diverses convocatòries de *Estudios Hispánicos* (EH)

2) Respondre a les consultes i executar les tasques sol·licitades pel que fa:

- Posicionament SEO de la pàgina de comerç electrònic del marxandatge oficial de la UB (<https://shop.ub.edu/>).
- Consultoria d'analítica del web institucional (web.ub.edu) i les webs dels programes i serveis anteriors.
- Consultoria i posicionament GEO del web institucional (web.ub.edu) i les webs dels programes i serveis anteriors.

#### **3.2 Tipologia de serveis**

La tipologia de serveis de màrqueting digital requerits són els següents:

- Establiment de l'estratègia de màrqueting digital a seguir en cada campanya en funció dels objectius i KPI's establerts:
  - Definició de plataformes a utilitzar i tipus d'anuncis
  - Definició de la distribució del pressupost de cada campanya en funció de les plataformes d'anuncis utilitzades.
- Gestió dels anuncis en les diferents plataformes utilitzades en funció de l'estratègia:
  - Definició de paraules claus, segmentació, ubicacions, estratègia d'optimització i posicionament



- Creació d'anuncis, seguiment i optimització dels mateixos.
- Establiment de sistema de seguiment:
  - Criteris i freqüència de revisió i actualització dels anuncis
  - Sistema de comunicació i seguiment entre UB i agència durant les campanyes.
- Sistema de seguiment de resultats:
  - Quadre de comandament automatitzat on es possibiliti l'anàlisi i accés a les dades de conversió i tràfic registrats a les diferents campanyes.

La tipologia de serveis de consultoria requerits són els següents:

- *Posicionament SEO*: executar tasques de posicionament SEO segons l'estratègia establerta; consultoria referent al SEO de la web de comerç electrònic de la UB (shop.ub.edu)
- *Consultoria d'analítica web*: servei de consultoria anual referent a l'analítica web implementada el web institucional (web.ub.edu) i de les webs dels programes i serveis inclosos en el present contracte per tal d'assegurar el correcte seguiment analític de les mateixes i el seguiment de resultats, segons les necessitats de la UB en cada cas; L'analítica web es farà mitjançant Google Analytics.
- *Posicionament GEO*: anàlisi del posicionament i rendiment de les pàgines dels programes i serveis inclosos en el present contracte i establiment d'estratègies de millora; configuració de mètriques de seguiment específiques si fos necessari; execució de tasques de posicionament GEO segons l'anàlisi efectuat i l'estratègia establerta.

### 3.3 Calendari de campanyes

A mode orientatiu, s'estableix el calendari anual dels serveis inclosos en el present contracte. És un calendari temptatiu, no condicionant, en última instància és la Universitat la qui decidirà el calendari de les campanyes en funció de la matrícula

Campanya de màsters:

- De gener a setembre.

Campanyes d'EIM

- Cursos anuals: de maig a octubre.
- Cursos d'estiu: de maig a juny.
- Campanyes CELTA / DELTA: d'abril a setembre.

Campanyes d'Estudios Hispánicos:

- Cursos anuals: de maig a setembre
- Cursos d'estiu: de maig a juny

Els serveis de consultoria es duran a terme al llarg de l'any en funció de les necessitats.



### 3.4 Inversió en mitjans de les campanyes

A mode orientatiu, es detallen els imports de despesa en mitjans corresponents a cada campanya (IVA no inclòs).

**Aquests imports no formen part del pressupost de licitació**, s'inclouen únicament amb l'ànim d'informar als licitadors sobre el volum aproximat de despesa en mitjans per a cadascuna de les campanyes, i no es podran augmentar sense autorització prèvia de la UB:

<b>Campanya</b>	
Màster Oficials	
Campanya a Llatinoamèrica	14.000 €
Campanya a Espanya	65.000 €
EIM	48.000 €
Estudios Hispánicos	12.000 €

### 4. Metodologia de treball

L'empresa adjudicatària designarà un director de projecte que serà el responsable de l'execució del contracte, de la interlocució amb el responsable del contracte designat per al UB i del seguiment del pla de treball anual.

Al mateix temps, es designaran tants responsable de projecte per part de l'empresa adjudicatària com siguin necessaris en funció de les diferents campanyes i serveis inclosos en el contracte. Aquests estaran en contacte amb els corresponents responsables per part de la UB i s'establiran plans de treball concrets per a cadascuna de les campanyes i serveis inclosos en la present licitació.

Unitat promotora

Sra. Lourdes Sesma Ortí

Cap Unitat Imatge Corporativa i Màrqueting