



## INFORME DE NECESIDAD

### **INFORME DE NECESIDAD DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO, PARA LA FORMALIZACIÓN DE UN ACUERDO MARCO PARA LA DIFUSIÓN DE LA MARCA UMH A TRAVÉS DE NOTICIAS, COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS, REALIZACIÓN DE EVENTOS Y ACCIONES DE MARKETING.**

Con el objeto de cumplir con lo establecido en el artículo 28 de la Ley de Contratos del Sector Público, se expide el presente informe sobre la necesidad e idoneidad de la elaboración de un Acuerdo Marco, anteriormente referenciado, en los términos que siguen:

El Servicio de Comunicación, Marketing y Atención al Estudiantado de la UMH, -en adelante SCMAE-, tiene la misión de coordinar la relación de la institución universitaria con los medios de comunicación y potenciar la imagen de marca de la universidad a través del diseño y ejecución de acciones de comunicación, la contratación de espacios publicitarios, la realización de eventos y la coordinación de acciones de marketing que difundan su oferta académica (principalmente la de grado y posgrado), las actividades docentes, investigadoras, de transferencia, deportivas, culturales, etc. que desarrolla la institución académica.

Con el fin de cumplir con los objetivos de potenciación de la imagen de marca de la Universidad y de la difusión de sus títulos oficiales y de las actividades docentes, investigadoras y de transferencia tecnológica, culturales, deportivas, etc., principalmente en el ámbito local/provincial y regional, se hace necesario contratar campañas de comunicación, en función del plan de medios elaborado por el SCMAE, con terceros que pueden ser los propios medios de comunicación o bien agencias de publicidad o de realización de eventos. Mediante este Acuerdo Marco se garantiza el acceso a las campañas de publicidad de la Universidad, a los medios de comunicación que oferten estos servicios que serán acordes al Plan de Comunicación de la Universidad y al cumplimiento de sus objetivos estratégicos.

Actualmente, careciendo la Universidad de medios propios, tanto materiales como técnicos, para realizar estas actuaciones, se hace necesario buscar fórmulas o sistemas orientados para ampliar la concurrencia y asegurar la competitividad en la contratación de acciones publicitarias relacionada con los medios de comunicación. Tras evaluar las diferentes opciones de contratación disponibles se considera que la opción más factible, en función de nuestras necesidades y con el fin de que las campañas de comunicación lleguen adecuadamente a sus potenciales destinatarios, es la elaboración de un Acuerdo Marco que homologue la oferta de empresas del sector de la comunicación, principalmente del ámbito provincial y limítrofes (dirigida tanto a los propios medios de comunicación como a las agencias de publicidad y empresas de realización de eventos) en base a los siguientes canales de comunicación: Prensa Escrita y/o Digital; Internet; Publicidad Exterior; Televisión; Realización de acciones de MK y realización de eventos de marketing de difusión de la marca UMH.



A través de este acuerdo marco se pretende garantizar la optimización de la compra de espacios publicitarios en medios de comunicación, minimizando los costes y servicios, agilizando la gestión de la contratación, ampliando la oferta de servicios disponibles, a la vez que se favorece la libre competencia en el acceso a la contratación pública.

Los principales servicios, que se realizarán principalmente en la provincia de Alicante, son los relacionados a continuación:

- Acciones publicitarias y de marketing en Prensa, Radio, Publicidad Exterior y Televisión.
- Acciones de difusión y patrocinio de la marca UMH (colaboraciones en eventos promovidos principalmente por medios de comunicación)
- Acciones específicas de divulgación científica.
- Realización de eventos propios de difusión de la marca UMH.
- Difusión de los servicios que oferta la UMH, así como de su oferta de actividades culturales, deportivas y de ocio.

