

PLIEGO DE ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Para impartir un curso de Publicidad digital-programática y otras tecnologías para la venta digital

OBJETIVO

El objetivo de este curso de formación interna es que el personal de RTVE seleccionado para participar en esta acción formativa obtenga los conocimientos imprescindibles para los profesionales del área comercial, especialmente los ejecutivos de ventas de Publicidad digital-programática y otras tecnologías para la venta digital.

Este curso está dirigido a personal de RTVE del área comercial de la Corporación RTVE.

En esta acción formativa se estima que participen 10 personas.

DESARROLLO

El curso de PUBLICIDAD DIGITAL - PROGRAMÁTICA Y OTRAS TECNOLOGÍAS PARA LA VENTA DIGITAL se impartirá en modalidad presencial en las instalaciones que la Corporación RTVE tiene en Prado del Rey.

La formación tendrá una duración total de veinte horas.

El programa de esta formación debe incluir los siguientes contenidos:

1. Fases por las que las tecnologías procesan y analizan el dato para sus diferentes objetivos
 - Ecosistema tecnológico digital: Mapa de tecnologías y como se hablan entre sí. Zoom en cada plataforma.
 - Qué son y para qué sirven

2. Publicidad tecnológica estratégica: Cómo aplicar el conocimiento tecnológico en el día a día.
 - Aplicación de la tecnología para la consecución de los objetivos (KPI´S)

3. Cómo impacta en las disciplinas y como controlarlas y medirlas
 - Cómo medir la actividad digital

- Cómo controlar el entorno de la marca
- KPIs y benchmark de mercado

4. Acceso a tecnologías: Set up de campañas y casos prácticos

- Set up de campañas de video-display

Al finalizar la formación, el experto o experta que haya impartido el curso, devolverá al Instituto RTVE debidamente cumplimentada y firmada la siguiente documentación: hoja de control de asistencia del alumnado y hoja de evaluación de alumnado.

MATERIAL DIDÁCTICO

El adjudicatario del servicio de formación informará al Instituto RTVE de los medios pedagógicos necesarios para impartir la formación (presentaciones en PowerPoint, vídeos explicativos, documentos, manuales impresos, etc.), y se hará cargo del diseño, elaboración y suministro del material didáctico necesario para el correcto seguimiento del curso por parte del alumnado.

Antes del inicio del curso, se facilitará al Instituto RTVE una copia del material didáctico.

COORDINACIÓN DEL SERVICIO

Una vez adjudicada la licitación, se creará un equipo gestor compuesto por un responsable del Instituto RTVE, un responsable del Área Comercial de CRTVE, y un interlocutor designado por el adjudicatario.

Este equipo se encargará de coordinar la puesta en marcha, ejecución y cierre del curso, así como la resolución de los imprevistos que pudieran surgir durante el proceso de formación.

DURACION DEL SERVICIO Y FECHA DE IMPARTICIÓN

En base a la mejor disponibilidad del alumnado que participará en esta acción formativa, el adjudicatario se compromete a impartir el curso según las pautas que RTVE determine, tras la adjudicación del contrato.

Horas estimadas: 20 horas lectivas

No existirá compromiso por parte de RTVE de emitir peticiones ni por todos los conceptos, ni por cantidades determinadas, de forma que sólo se abonarán los servicios efectivamente demandados y prestados a conformidad del IRTVE

REQUISITOS MÍNIMOS DE EXPERIENCIA Y TITULACIÓN

Los participantes en el proceso deberán acreditar experiencia mínima en los siguientes apartados:

Titulación exigida:

Marketing y gestión comercial.

Administración y gestión de empresas

Los formadores y formadoras propuestos para impartir este curso tendrán que acreditar:

Experiencia profesional en:

- Estrategias de cliente directo con conocimiento del entorno digital en tecnología y compras
- Plataformas de compra y venta programática: dominio de entornos de compra (DSP) y de venta programática (SSP).
- Conocimiento de implementación de campañas de ambos lados del negocio.
- Plataformas avanzadas de medición: Modelización y conocimiento de capa analítica. Análisis amplio de medición digital avanzado.
- Perfil avanzado de estrategia de datos: Conocimientos técnicos y estratégicos de implementación de DMPs, CDPs.
- Dominio de tecnologías de Paid media: SEM y RRSS
- Conocimiento de cómo aplicar seguridad al entorno digital

PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

El instructor/a encargado de impartir este curso conocerá los siguientes datos de carácter personal de los alumnos inscritos en la acción formativa; nombre, apellidos y número de DNI, ya que estos datos son los que se reflejan en los documentos de control de asistencia y evaluación de los alumnos inscritos.