

**BASES ESPECÍFICAS PARA CONSTITUIR UNA BOLSA DE TRABAJO  
TÉCNICO MEDIO COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

**PRIMERA.- Objeto de estas Bases.**

**1.1** Es objeto de las presentes bases la selección para la formación de una Bolsa de empleo para cubrir necesidades, mediante contrato temporal, a jornada completa o a jornada parcial, a fin de satisfacer necesidades puntuales de personal, ya sea por sustitución de empleados con derecho a reserva del puesto de trabajo, para la atención de Programas o servicios específicos, o por acumulaciones de trabajo que pudieran originarse a lo largo del periodo de duración de la presente Bolsa, para cubrir puesto de trabajo de Técnico Medio de Comunicación Institucional encuadradas en el Grupo A, Subgrupo A2.

1.2. Las funciones del puesto de trabajo de Técnico Medio de Comunicación Institucional serán las siguientes:

1) Funciones generales. a) Diseñar, organizar y preparar los actos institucionales y oficiales del Ayuntamiento, manteniendo unas adecuadas relaciones tanto externas como internas. b) Planificar, ejecutar y responsabilizarse de la actividad, la dinamización y los contenidos publicados tanto en la página web como el conjunto de redes sociales corporativas propias de su ámbito y hacerse cargo de la gestión diaria. c) Elaborar informes, estudios, proyectos y presupuestos relacionados con su actividad y gestionar la documentación administrativa derivada de la misma. d) Apoyar a los distintos departamentos en las actividades relacionadas con el contenido de sus funciones. e) Gestionar los recursos materiales y humanos asignados, utilizando todos los medios puestos a su disposición para el desempeño de sus funciones f) Cualquier otra actividad relacionada con las tareas propias de su categoría y cualificación profesional que se le encomienden.

2) Funciones específicas. a) Coordinación de la comunicación interna y externa. - Apoyar en la gestión de la comunicación con los medios de comunicación. - Realización de comunicados y notas de prensa. - Organización de ruedas de prensa. - Gestión del marketing y publicidad. - Gestión y asesoramiento de la imagen corporativa e institucional. b) Planificación y edición de material audiovisual. - Planificación de campañas y comunicación online y offline. - Asesoramiento sobre material audio-visual, fotográfico e imagen. - Realización de material fotográfico. c) Mantenimiento, desarrollo, programación y análisis de las redes sociales. - Mantenimiento diario de las redes sociales institucionales. - Planificación de la comunicación institucional online. - Creación de contenido original para redes sociales.

1.3.- El puesto de trabajo de Técnico de Comunicación Institucional tendrá jornada especial: trabajar en turnos de mañana y tarde o jornada partida y, por necesidades del servicio, trabajar en domingos y festivos.

1.2 Las pruebas revestirán el sistema de oposición. La realización de las pruebas se ajustará en lo no dispuesto en estas Bases, a lo establecido en las Bases Generales que han de regir los procesos selectivos que convoque el Excmo. Ayuntamiento de Cartagena para el acceso de funcionarios de carrera aprobadas por la Junta de Gobierno Local en la sesión celebrada el 26 de junio de 2020 (en adelante *Bases Generales 2020*).

## **SEGUNDA.- Requisitos de los aspirantes.**

Además de los requisitos señalados en la Base 4 de las Bases Generales, los aspirantes deberán estar en posesión o en condiciones de obtener en la fecha de finalización del plazo de presentación de instancias, el título universitario oficial de grado en marketing, o grado de comunicación audiovisual o grado en publicidad y relaciones públicas o bien licenciatura en periodismo, o licenciatura en publicidad y relaciones públicas, o licenciatura en ciencias de la comunicación o licenciatura en comunicación audiovisual. En el caso de titulaciones obtenidas en el extranjero se deberá estar en posesión de la credencial que acredite su homologación por la Administración Española competente.

## **TERCERA.- Solicitudes.**

**3.1** La presentación de solicitudes se formalizará por medio de sede electrónica mediante la instancia normalizada en la web del Excmo. Ayuntamiento de Cartagena ([www.cartagena.es](http://www.cartagena.es)), conforme a lo dispuesto en la Base 5 de las Bases generales 2020. La presentación se llevará exclusivamente de forma telemática de acuerdo con lo dispuesto en la Ordenanza Reguladora de la Administración Electrónica en el Ayuntamiento de Cartagena, BORM nº 144, de 24/06/2020.

**3.2** La presentación de la instancia será considerada como Declaración Responsable de Veracidad del interesado de los datos que figuran en la misma, así como de que reúnen todos y cada uno de los requisitos para la participación en la convocatoria.

**3.3** Los derechos de examen se fijan en la cantidad de 68,23€.

## **CUARTA.- Admisión de aspirantes.**

En relación con la Admisión de aspirantes se estará a lo dispuesto en la base 6 de las Bases Generales 2020.

## **QUINTA.- Tribunales.**

En relación con la composición, designación y actuación de los Tribunales se procederá conforme lo dispuesto en la Base 7 de las Bases generales 2020.

## **SEXTA.- Fase oposición**

**6.1** La fase de oposición constará de tres ejercicios, eliminatorios y obligatorios para todos los aspirantes.

**1º** Los aspirantes serán citados para la realización de un cuestionario de 80 preguntas tipo test, del temario con cuatro respuestas alternativas, de las que solo una será la correcta. Cada dos respuestas erróneas, se restará una correcta.

Esta prueba se valorará con un máximo de 40 puntos, debiendo alcanzar 20 puntos para entenderlo superado.

A la finalización de dicho ejercicio, y junto con la entrega de dicho cuestionario, los aspirantes harán entrega de un plan de Comunicación de redes sociales en el Ayuntamiento de Cartagena. Dicho Plan no deberá tener una extensión superior a 20 caras A4, escritas con tipo de letra time new roman de 11 puntos de tamaño e interlineado a 2,0). El Plan deberá contemplar las especificidades de la propia institución y señalar medios y estrategias para llevar a cabo una efectiva comunicación institucional, así como sus herramientas de evaluación.

**2º** Aquellos aspirantes que hayan superado el cuestionario tipo test, serán convocados para la exposición y defensa oral del Plan citado ante el Tribunal seleccionador.

Esta prueba se valorará con un máximo de 30 puntos, debiendo alcanzar 15 puntos para entenderlo superado. Se valorarán los siguientes criterios:

- 10 puntos por su contenido y estructuración
- 10 puntos por la originalidad de las propuestas
- 10 puntos por su exposición y defensa

**3º** Consistirá en la resolución de un caso práctico sobre la siguiente temática: cobertura para redes sociales de un evento informativo adaptando los mensajes a los diferentes soportes y audiencias en Facebook, twitter e Instagram.

Esta prueba se valorará con un máximo de 30 puntos, debiendo alcanzar 15 puntos para entenderlo superado. Se valorarán los siguientes criterios:

- 10 puntos Enfoque y contenido
- 10 puntos Estilo y creatividad
- 10 puntos Uso de recurso gráficos y audiovisuales.

**6.2** La calificación final de los aspirantes vendrá determinada por la suma de las puntuaciones obtenidas en cada una de las dos partes de las que consta el ejercicio de la fase oposición. En caso de empate, el orden de prelación será determinado por la calificación más alta obtenida en la segunda parte del ejercicio.

#### **SÉPTIMA. Recursos.**

Contra el acuerdo de aprobación de las presentes Bases, que agota la vía administrativa, cabe interponer recurso potestativo de reposición ante la Junta de Gobierno Local en el plazo de un mes, o bien recurso contencioso-administrativo ante el Juzgado de lo Contencioso-Administrativo de Cartagena, en el plazo de dos meses, ambos plazos contados a partir de la publicación de aquéllas.

#### **TEMARIO**

1.- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

2.- El Municipio de Cartagena. Concepto y elementos. Régimen de organización y competencias de los municipios de gran población

- 3.- Normas de creación y uso de redes sociales y páginas del Ayuntamiento de Cartagena y sus organismos Autónomos.
- 4.- Geografía e Historia de Cartagena. Patrimonio natural, cultural, naval e histórico. La ciudad y su entorno desde su origen hasta la actualidad.
- 5.- Derechos de autor y derechos de Imagen. Clases de derechos de autor. Los derechos del titular de la obra. Licencias. Bancos de imágenes. La protección de los derechos de Imagen de la persona fotografiada. El caso de los menores.
- 6.- La prensa diaria y la prensa online, la radio y la televisión. Situación y características en Cartagena. Audiencia y perspectivas. Principales medios.
- 7.- Imagen de ciudad. Identidad corporativa. Formas de comunicación y públicos. La responsabilidad social corporativa (RSC). El valor de la marca y su capacidad de atracción. El posicionamiento internacional y la “Diplomacia de ciudades”.
- 8.- Comunicación e información. Elementos de la comunicación. Función social de la información en los sistemas democráticos. Comunicación y buen gobierno. El ámbito local.
- 9.- La globalización informativa. Internet y su repercusión. Nuevas tecnologías y redes de comunicación. Canales y lenguajes globales. La instantaneidad de la comunicación. El problema de la acreditación de fuentes. Fake News/Noticias falsas.
- 10.- La comunicación institucional. Definición y marco legal. Objetivos y medios utilizados. Aspectos económicos. Comunicación Institucional del Ayuntamiento de Cartagena.
- 11.- Los portales web y las redes sociales institucionales. Características generales. Tipos de contenidos y de públicos. Comunicar: navegación, diseño y redacción de textos. La web del Ayuntamiento de Cartagena. Web 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0.
- 12.- Redes Sociales en las administraciones públicas y el Ayuntamiento de Cartagena. Objetivos, barreras y oportunidades de las redes sociales como herramientas de gobierno abierto. Estrategias y buenas prácticas para su implantación.
- 13.- Redes Sociales, características y usos: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, TikTok, WhatsApp y Telegram. Herramientas de gestión nativas y no nativas de las redes sociales.
- 14.- Fundamentos de los planes de Comunicación y Marketing en las redes sociales. La influencia de las redes sociales. Tráfico web y las herramientas de medición. Google Analytics.
- 15.- El rol del Community Manager y el Social Media. Tareas y responsabilidades. Aptitud y actitud. Herramientas: Hootsuite. Tweetdeck. Business Manager de Facebook. Administrador de anuncios de Facebook. Social Mention. Audiense. Backlinkwatch. Buffer. Metricool. Agorapulse. IFTTT. Twitonomy.
- 16.- Facebook. Crear y administrar una página. Crear y administrar grupos. Publicidad en Facebook. Privacidad y seguridad. El Business Manager.



17.- Twitter. Tráfico web. Obtención de seguidores. Los hilos funcionamiento y buenas prácticas. Anuncios y campañas en Twitter. Twitter Ads. Segmentación. Tweetdeck.

18.- Instagram y nuevas redes sociales. Publicación y comunicación a través de la imagen y el vídeo. La interacción. Obtención de seguidores. Las stories. Los reels. IGTV. Etiquetado y hashtags.