

CONVOCATORIA DE EMPLEO		
REFERENCIA	FECHA DE APERTURA	FECHA DE CIERRE
TSI-100121-2024-102	16/04/2025	06/05/2025
PERFIL DEL CANDIDATO		
REQUISITOS		
<b>TITULACIÓN</b>	Master Oficial, licenciatura, Ingeniería Superior o titulación equivalente MECES 3 en: Comunicación Audiovisual, Periodismo, Publicidad, Relaciones Públicas, Marketing <i>(Deberá aportarse justificación con la candidatura).</i>	
<b>OTROS REQUISITOS</b>	Inglés B2 <i>(Deberá aportarse certificado o diploma)</i>	
TIPO DE CONTRATO	FECHA DE INCORPORACIÓN PREVISTA	JORNADA
<b>Contrato de actividades científico-técnicas</b> (artículo 23.bis de la Ley 14/2011, de 1 de junio, de la ciencia, la Tecnología y la Innovación)	MAYO 2025	<b>Completa.</b> 1.800 horas anuales (aprox. 40 h/semana)
REMUNERACIÓN ANUAL BRUTA	DURACIÓN ESTIMADA	
29.984,10 € sin perjuicio de la actualización que, con carácter básico, se establezca en la legislación estatal para 2025.	<b>Indefinido</b> (vinculado a la duración del proyecto o a la financiación externa o financiación procedente de convocatorias de ayudas públicas en concurrencia competitiva en su totalidad) Período de prueba: 6 meses	
CENTRO DE TRABAJO	SERVICIO / DEPARTAMENTO	
IDIVAL/ Consejería de Salud, indistintamente según necesidad	IDIVAL/ Consejería de Salud	
DATOS DEL PUESTO DE TRABAJO		
PUESTO DE TRABAJO		
<b>Técnico/a de apoyo a la investigación (Responsable de comunicación)</b>		
NUMERO DE PLAZAS OFERTADAS		
<b>1</b>		
FUNCIONES		
Contribuirá a las siguientes funciones y aquellas otras relacionadas que se le encomienden: <ol style="list-style-type: none"> <li>Diseño e Implementación de la Estrategia de Comunicación                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar y ejecutar el plan de comunicación del proyecto, alineado con sus objetivos estratégicos y las directrices de la Estrategia Europea de Datos.</li> <li>Diseñar campañas específicas para promover los resultados y actividades de VALDATA entre los distintos públicos objetivo.</li> </ul> </li> <li>Gestión de la Identidad y Visibilidad del Proyecto                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Garantizar una identidad visual coherente y reconocible para el proyecto, incluyendo la gestión de logotipos, materiales gráficos y otros recursos de branding.</li> <li>Asegurar la correcta presencia del proyecto en medios digitales, redes sociales y eventos.</li> </ul> </li> <li>Relación con los Medios de Comunicación                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Actuar como enlace entre el proyecto y los medios de comunicación, gestionando notas de prensa, entrevistas y apariciones en medios.</li> <li>Elaborar comunicados de prensa y otros materiales informativos dirigidos a periodistas y público general.</li> </ul> </li> <li>Gestión de la Comunicación Interna y Externa                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitar la comunicación interna entre los diferentes equipos y stakeholders del proyecto, asegurando una colaboración fluida.</li> <li>Desarrollar herramientas y materiales informativos para stakeholders externos, incluyendo informes, boletines y presentaciones.</li> </ul> </li> </ol>		



5. Difusión de Resultados y Logros del Proyecto
  - Diseñar estrategias de difusión para los resultados del proyecto, asegurando que lleguen a los públicos clave, incluyendo administraciones, investigadores, industria y ciudadanos.
  - Organizar eventos de difusión, como conferencias, talleres y jornadas informativas.
6. Gestión de Canales de Comunicación Digital
  - Administrar y actualizar la página web del proyecto y sus perfiles en redes sociales.
  - Crear contenido digital atractivo y relevante, como infografías, videos y blogs.
7. Supervisión de las Actividades de Divulgación Pública
  - Organizar actividades de sensibilización y educación sobre los objetivos del proyecto y su impacto en la sociedad.
  - Promover la transparencia y comprensión pública de los resultados del proyecto mediante lenguaje claro y accesible.
8. Seguimiento y Evaluación de Impacto
  - Implementar herramientas de análisis para medir la eficacia de las estrategias de comunicación y realizar ajustes según sea necesario.
  - Generar informes periódicos sobre las actividades de comunicación y su impacto.
9. Colaboración con los Equipos del Proyecto
  - Trabajar estrechamente con el equipo técnico, jurídico y de gestión para asegurar que los mensajes reflejen correctamente los avances y logros del proyecto.
  - Coordinarse con otros responsables de comunicación en iniciativas europeas relacionadas para maximizar la difusión.

INVESTIGADOR PRINCIPAL / RESPONSABLE	GRUPO DE INVESTIGACIÓN / ÁREA	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
Joaquín Cayón de las Cuevas	Grupo de Investigación en Derecho Sanitario y Bioética	VALDATA: Cantabria hacia una Economía de Datos en Salud (TSI-100121-2024-102)

### PROCESO DE SELECCIÓN

FASES DEL PROCESO DE SELECCIÓN (2)	BOLSA DE EMPLEO
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Admisión de solicitudes</li> <li>2. Fase de concurso.</li> <li>3. Fase de entrevista: Versará sobre el grado de conocimiento del candidato en materia de comunicación corporativa o marketing corporativo</li> <li>4. Informe del Tribunal</li> <li>5. Resolución</li> </ol>	<b>SÍ</b>

### TRIBUNAL DE SELECCIÓN

- **Presidente:** Joaquín Cayón De las Cuevas
- **Vocal:** María Paz Zulueta
- **Vocal y secretaria:** María Wunsch Martínez

### TABLA DE PUNTUACIÓN DE MÉRITOS

MÉRITO	EVALUACIÓN	VALORACIÓN	MÁXIMO
Experiencia en materia de comunicación corporativa o marketing corporativo	Documento acreditativo	Se valorará el tiempo de experiencia laboral en dicha materia	0,50 puntos por mes 40
Formación	Documento acreditativo	Se valorará haber superado cursos de formación, capacitación o especialización en materia de comunicación corporativa o marketing corporativo.	-Cursos de duración igual o superior a 20 horas: 0,10 puntos. -Cursos de duración igual o superior a 40 horas: 0,20 puntos. 10



			-Cursos de duración igual o superior a 60 horas: 0,40 puntos.	
Certificaciones	Documento acreditativo	Certificaciones en herramientas y estrategias de comunicación, como: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Google Analytics.</li> <li>• HubSpot Content Marketing.</li> <li>• Gestión de redes sociales.</li> </ul>	2,5 puntos por cada certificación	10
<b>TABLA DE PUNTUACIÓN TOTAL</b>				
<b>PUNTUACIÓN TOTAL MÁXIMA POR MÉRITOS</b>				<b>60</b>
<b>PUNTUACIÓN TOTAL MÁXIMA EN ENTREVISTA</b>				<b>40</b>
<b>PUNTUACIÓN TOTAL MÁXIMA</b>				<b>100</b>

(1) No subsanable

(2) Ver duración de cada fase en el documento “Proceso de Selección”

*En cumplimiento de lo establecido en el Artículo 11 de la Ley Orgánica 3/2018 se le informa que el responsable del tratamiento de sus datos personales es la FUNDACIÓN INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN MARQUES DE VALDECILLA (IDIVAL), sus datos serán tratados con la finalidad de ser tratados en la medida en que fueran necesarios o convenientes para el desarrollo de la relación jurídica establecida entre las partes. Puede ejercer sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, portabilidad o limitación del tratamiento, dirigiéndose a la FUNDACIÓN IDIVAL en la siguiente dirección: AVDA. CARDENAL HERRERA ORIA, S/N 39007, SANTANDER. Más información en [www.idival.org/es/Política-de-Privacidad](http://www.idival.org/es/Política-de-Privacidad)*

Santander a fecha de la firma electrónica

Fdo. Francisco Galo Peralta Fernández

