



UNCA

**“PLAN DE TRABAJO PARA LA
PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS
CARRERAS PROFESIONALES DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO
ALEGRÍA 2021”**

Aprobado con Resolución de Comisión Organizadora N° 0196-2021/CO-UNCA, de
fecha 07 de Julio de 2021.

julio - 2021
HUAMACHUCO

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 2 de 23

COMISIÓN ORGANIZADORA

PRESIDENTE

DR. RUBEN DARIO MANTURANO PEREZ

VICEPRESIDENTE ACADÉMICO

DRA. MARGARITA ISABEL HUAMAN ALBITES

VICEPRESIDENTE DE INVESTIGACIÓN

DR. ITALO WILE ALEJOS PATIÑO

ELABORADO	REVISADO	APROBADO
 Mg. Lorenz Paul Diaz Chotón Jefe (e) Oficina de Relaciones Públicas e Imagen Institucional	 UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA COMISION ORGANIZADORA Dra. MARGARITA ISABEL HUAMAN ALBITES VICEPRESIDENTA ACADÉMICA	 UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA COMISION ORGANIZADORA Dr. RUBEN DARIO MANTURANO PEREZ PRESIDENTE
Mg. LORENZ PAUL DIAZ CHOTÓN	Dra. MARGARITA ISABEL HUAMAN ALBITES	PRESIDENTE DE LA COMISIÓN ORGANIZADORA
01-07-2021	02-07-2021	07-07-2021

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 3 de 23

CONTENIDO

1. OBJETIVO	4
2. ALCANCE	4
3. BASE LEGAL	4
4. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS	4
5. LINEAMIENTOS GENERALES	5
6. DESARROLLO.....	5
7. REGISTROS	23
8. CONTROL DE CAMBIOS.....	23



	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 4 de 23

1. OBJETIVO

Posicionar de manera positiva las carreras profesionales que otorgara nuestra universidad, con la finalidad que los estudiantes de educación secundaria opten por estudiar en la Universidad Nacional Ciro Alegría.

2. ALCANCE

El presente plan de trabajo, y subsecuente proceso de capacitación, es de aplicación a los diferentes públicos objetivos identificados por nuestra universidad.

3. BASE LEGAL

- 3.1. Constitución Política del Perú.
- 3.2. Ley Universitaria - Ley N° 30220.
- 3.3. Ley de Creación de la Universidad Nacional Ciro Alegría N° 29756.
- 3.4. Estatuto de la Universidad Nacional Ciro Alegría.
- 3.5. Plan Estratégico Institucional 2018-2022 Modificado de la Universidad Nacional Ciro Alegría.
- 3.6. "Plan de Emergencia para el cumplimiento de las condiciones básicas de calidad por parte de la Universidad Nacional Ciro Alegría", aprobado con Resolución Ministerial N° 155-2021-MINEDU

4. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS

- 4.1. **PLAN:** Programa en el que se detalla el modo y conjunto de medios necesarios para llevar a cabo esa idea.
- 4.2. **PROMOCIÓN:** Campaña publicitaria que se hace de un determinado producto o servicio durante un tiempo limitado mediante una oferta atractiva.
- 4.3. **DIFUSIÓN:** Es la acción y efecto de difundir (propagar, divulgar o esparcir).
- 4.4. **UNIVERSIDAD:** Institución destinada a la enseñanza superior, que está constituida por varias facultades y que concede los grados académicos correspondientes.
- 4.5. **UNCA:** Universidad Nacional Ciro Alegría.
- 4.6. **CARRERA UNIVERSITARIA:** Se trata de los estudios que un individuo desarrolla en una universidad con el objetivo de alcanzar un grado académico.

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 5 de 23

5. LINEAMIENTOS GENERALES

- 5.1. El responsable de la organización del presente plan es la Oficina de Relaciones Públicas e Imagen Institucional.
- 5.2. La ejecución del presente plan es responsabilidad de la Vicepresidencia Académica y la Oficina de Relaciones Públicas e Imagen Institucional.

6. DESARROLLO

6.1. INTRODUCCIÓN



La Comunicación según el Diccionario de la Real Academia Española se refiere a toda acción de comunicar o comunicarse (hacer a otro partícipe de lo que uno tiene); es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra, donde los procesos de comunicación son interacciones mediadas por símbolos y sistemas de mensajes entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas comunes. Es una actividad inherente a la naturaleza humana que implica la interacción y la puesta en común de mensajes significativos, a través de diversos canales y medios para influir, de alguna manera, en el comportamiento de los demás y en la organización y desarrollo de los sistemas sociales.

La comunicación es fundamental y sirve no solo para transferir información, entendimiento entre las personas y los grupos, sino también para unificar el comportamiento de la colectividad, que es el fundamento de una cooperación continua.

Toda institución, es un sistema social conformado por grupos de individuos que, dotados de recursos y dentro de un determinado contexto, desarrollan regularmente un conjunto de tareas orientadas por valores comunes hacia la obtención de un determinado fin.

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 6 de 23

Es por ello que la comunicación es uno de los pilares básicos en los que se apoya cualquier tipo de relación humana y es aprovechada en prácticamente todas las esferas de la actividad humana, puesto que es crucial para el bienestar personal ayudándonos a superar situaciones delicadas, resolver conflictos, expresar sentimientos, defender nuestros intereses, evitar malas interpretaciones entre otras actividades. Y reconociéndose que el conocimiento, la información y la participación son elementos indispensables para garantizar que las comunidades puedan manejar los procesos de cambio y encontrar alternativas de desarrollo adecuadas que estén a su alcance. La comunicación es una herramienta clave para que las instituciones, las comunidades rurales y los grupos más vulnerables puedan enfrentar los nuevos desafíos del desarrollo, encontrando mecanismos que permitan la concertación y la participación.

Es en este ámbito que con los cambios tecnológicos existentes ocurridos en nuestra sociedad, de forma especial en el campo de las comunicaciones, se han generado nuevas formas de producción, de difusión y de recepción de la información, las mismas que de una u otra forma han alterado las relaciones de intercambios entre emisores y receptores y entre usuarios mismos hasta el punto de permitir otras modalidades de interrelación mediatizadas pero interactivas, dialógicas, en tiempo real y personalizadas.

Pero todas esas modificaciones han obligado a la utilización de nuevas metodologías de trabajo de información y comunicación, para poder modificar las dimensiones de tiempo y espacio que hasta hace unas décadas todavía se mantenía; la utilización de nuevas estrategias de comunicación y nuevos medios de comunicación han acortado el tiempo de la comunicación

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 7 de 23

haciéndolo prácticamente instantáneo (redes sociales), eliminando distancias geográficas y haciendo más rápida la retroalimentación.

Es por ello que las Estrategias de Comunicación se conciben para definir los criterios básicos de comunicación (interna/externa – horizontal/vertical) durante un periodo de tiempo con lo que se pueden fijar objetivos de largo aliento que se puedan refrendar en las acciones a realizar. Es recomendable su realización anual.



La estrategia es necesaria para asegurar el posicionamiento, permanencia de la difusión de información y el reconocimiento de la universidad ante los diferentes actores de la sociedad y sus grupos de interés permitiendo ejecutar estrategias y actividades encaminadas a brindar una información veraz y oportuna de todas las actividades de la universidad.



Cada Plan de Comunicación que elaboramos, debería estar basado en los Planes Estratégicos de cada organización, toda vez que estos responden a las necesidades y estructura organizacional, las mismas que están en constante crecimiento, por lo que necesitamos una visión comunicacional complementaria (desde el punto de vista de la comunicación tanto interna como externa).



La correcta planificación es de vital importancia para cualquier organización, por lo tanto, la concepción, planteamiento, ejecución, impacto y éxito del Plan de Comunicación dependen del nivel de coordinación y trabajo del grupo humano que conforma la institución.

El PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA, constituye una herramienta comunicacional de vital importancia

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 8 de 23

para dar a conocer, posicionar y generar interés de cada una de las carreras que ofreceremos.

6.2. JUSTIFICACIÓN

La promoción y difusión, son acciones de un proceso comunicativo, que ayudan a formar nuevas visiones y generan un posicionamiento que generen cambios en los sistemas cognitivos de los públicos objetivos de nuestra organización.

La promoción y difusión deben ser realizadas en forma continua, amplia y masiva, donde los actores trabajan organizadamente en diferentes momentos. Son procesos que se desarrolla por etapas, con la finalidad que sean efectivos y se logren los objetivos propuestos.

Al inicio del desarrollo de este plan se deben identificar de manera objetiva los diferentes públicos objetivos que tiene nuestra universidad, con la finalidad de poder tener diferentes estrategias para los diferentes públicos nichos existentes.

El uso de medios masivos de comunicación social, de fácil acceso, alta audiencia y cobertura en zonas rurales, en especial en las zonas más alejadas y con menor posibilidad de recibir información directa. Al ser masiva no debe perder de vista el abordar elementos específicos que interesan y orientan a los diferentes actores, en especial a los posibles usuarios de nuestra universidad.

La promoción y difusión deben provocar que los públicos objetivos, previamente identificados, se familiaricen, identifiquen y puedan optar por reconocer la importancia y elección prioritaria de las carreras profesionales que estamos ofreciendo. Una vez que se completen los dos procesos, se



	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 9 de 23

espera que nuestros futuros usuarios tengan clara la decisión de optar por ser parte de nuestra universidad, de manera directa (futuros estudiantes) o indirecta (involucramiento en las actividades de los estudiantes y egresados) La promoción y difusión no son actividades propagandísticas, sino acciones organizadas, que responden a una estrategia que las armoniza en el contenido y el tiempo, haciendo llegar complementariamente los mensajes desde los distintos medios masivos de comunicación, con el trabajo que de manera directa hace la universidad con los diferentes públicos objetivos.

6.3. ALCANCE

El presente plan de trabajo, y subsecuente proceso de capacitación, es de aplicación a los diferentes públicos objetivos identificados por nuestra universidad.

6.4. FINALIDAD

Siendo su propósito general impulsar la eficacia de nuestra organización frente nuestros públicos objetivos, este Plan de Trabajo para la Promoción y Difusión de las Carreras Profesionales de la Universidad Nacional Ciró Alegría tiene por finalidad:

- Generar confiabilidad de nuestra universidad frente a las diversas opciones de educación superior existentes en Huamachuco.
- Posicionar las carreras profesionales que ofrece nuestra universidad.
- Generar expectativas en los alumnos de 4 y 5 grado de educación secundaria con la finalidad que opten por elegir una de las carreras que ofrecerá nuestra universidad.
- Elevar el nivel de interacción entre los diversos públicos objetivos existentes y nuestra universidad.

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 10 de 23

- Satisfacer las necesidades educativas de los diferentes públicos objetivos con las carreras que ofreceremos (padres de familia, estudiantes).
- Generar conductas positivas de los diferentes públicos objetivos en relación a las diferentes actividades de nuestra universidad.

6.5. OBJETIVOS

Este es uno de los puntos más importantes a tener en cuenta en la elaboración de un plan de trabajo de promoción y difusión. De una correcta definición de los objetivos estratégicos a alcanzar dependerá la efectividad del plan de comunicación. Un correcto establecimiento de objetivos exige tener en cuenta la denominada regla S.M.A.R.T es decir, estos objetivos deben ser: Specific (específicos), Measurable (medibles), Achievable (alcanzables), Result-oriented (orientados a resultados) y Time-limited (establecidos para un periodo de tiempo determinado)

OBJETIVO GENERAL

Posicionar de manera positiva las carreras profesionales que otorgara nuestra universidad, con la finalidad que los estudiantes de educación secundaria opten por estudiar en la Universidad Nacional Ciro Alegría.

6.6. ENFOQUE

Las comunicaciones cumplen una función clave en toda organización que quiera obtener resultados. Un Enfoque Estratégico ayuda a utilizar los recursos con eficiencia y alcanzar metas.

El Enfoque Estratégico es un proceso de vital importancia para cualquier organización con la finalidad de lograr cambios profundos y permanentes. Es un proceso de planeación participativo, que permite alcanzar una

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 11 de 23

ejecución de los planes estratégicos mediante la optimización del involucramiento, compromiso y responsabilidad de todos los miembros de la organización.

Al analizar la concepción del enfoque estratégico en la gestión organizacional, se evidencia que este constituye una de las claves para el éxito de dicho proceso. Por ello, resulta oportuna una breve introducción al vocablo estrategia. Estrategia es originaria del griego Strategor o el arte del general en la guerra. Procede de la fusión de dos palabras: stratos (ejército) y agein (conducir, guiar), pero aparece en el campo económico y académico en la década del '40, mientras que la aplicación de la planeación estratégica data de la década del '60 del siglo XX y se introduce en el campo de la teoría del management en el año 1962, cuya idea básica es la competición.

El enfoque estratégico constituye actualmente una exigencia en la gestión de las organizaciones, dado los constantes cambios del entorno empresarial y el alto nivel de competitividad.

A partir del análisis de concepto estrategia se plantea que: permite orientar las decisiones para lograr la meta propuesta, asignando los recursos y estableciendo las principales acciones para su logro, constituye un fenómeno objetivo, que tiene que tiene un carácter dinámico.

El enfoque estratégico involucra inicialmente al equipo directivo, posteriormente incluye a grupos claves de tomadores de decisiones, quienes son los responsables de implementar las acciones para obtener resultados.

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 12 de 23

El proceso es guiado por líderes de diferentes niveles de la organización, comenzando por las unidades de negocio de primer nivel hasta incluir a las áreas operativas de la organización.

6.7. ESTRATEGIA Y METODOLOGÍA

Las estrategias a emplear son.

- **Metodología de exposición – diálogo o charla**, debido a que es más efectiva para mejorar los procesos de interrelación entre los participantes además de atención y aprendizaje.
- **Difusión de contenidos:** Tiene por objeto posicionar la importancia de las carreras profesionales que ofrecemos.
- **Complementación:** Con la finalidad de reforzar los conocimientos y habilidades de nuestros colaboradores en entornos diferentes.

6.8. PÚBLICOS OBJETIVOS

El público objetivo, también conocido como target, hace referencia al grupo de personas al cual una organización dirige un producto, marca o campaña; dicho de otra manera, son clientes potenciales que pueden convertirse en usuarios de un determinado producto. Estos clientes, aunque todavía no generan ingresos para la organización, se proyecta que lo harán en el futuro.

Las organizaciones deben establecer un público objetivo. Este se define a través de características tales como el sexo, la edad, la ubicación y el poder adquisitivo, y permite realizar una campaña de marketing más efectiva

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 13 de 23

Con datos concretos y un conocimiento profundo de los intereses, desafíos y necesidades de tu público, llegó el momento de definir a un público objetivo conciso al que puedas dirigir tus esfuerzos.

Para lograrlo, debes contestar a las siguientes preguntas:

¿Qué problemas resuelve tu producto o servicio?

¿Qué características demográficas influyen en el proceso de toma de decisiones?

¿Qué rasgos psicográficos impactan el consumo de contenido?

¿Cómo prefiere tu audiencia interactuar con marcas similares a la tuya?

¿Tu segmento de audiencia es lo suficientemente grande?

En nuestro caso desarrollaremos nuestro plan de proposición y difusión en base a 3 públicos, los primeros dos están determinados por la edad y el tercero por el tipo de empresas existentes en las zonas de influencia de nuestra universidad.

Grupo 1: Centenials (Generación Z)

En este grupo se encuentran las personas que pertenecen a la generación Z, que nacieron entre 1996 y 2020; que son actualmente el público objetivo de mayor importancia para nuestra universidad.

Estas personas llegaron al mundo en el momento donde absolutamente toda la comunicación relevante es digital, la economía mundial se encuentra en crisis y el calentamiento global está en su punto más alto. Se caracterizan por ser flexibles en cuanto a su desarrollo profesional.

Admiran a las celebridades que muestran realmente lo que son y buscan interactuar con las marcas que consumen, las cuales tienen éxito cuando

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 14 de 23

muestran valores que aporten algo positivo al planeta y a los derechos humanos.

La Generación Z está siempre conectada y son multitask, rechazan la política y buscan la igualdad entre las personas y el éxito personal.

Entre los productos que más consumen se encuentran los dispositivos móviles, cámaras fotográficas. Aunque, prefieren las experiencias, por lo que los viajes son su prioridad.

Grupo 2: Generación X

En este grupo se encuentran las personas que nacieron entre 1965 y 1980. Se caracterizan por ser migrantes digitales, es decir, son pioneros de la comunicación por correo electrónico o mensaje de texto.

Lo más importante es su familia, la mayoría son padres de familia que tienen una carrera técnica o profesional, la cual intenta nivelar con su vida personal.

Este grupo es aquel que por lo menos tienen un hijo en edad preuniversitaria, por lo que están buscando las mejores opciones para poder darles educación a sus hijos.

Grupo 3: Empresas

En este grupo se encuentran las empresas, microempresas, centros de emprendimientos o emprendedores independientes que de una u otra manera generan actividad económica importante en el área de influencia de nuestra universidad, la misma que está asociada las carreras profesionales que nuestra universidad ofrecerá.

6.9. ACCIONES ESTRATÉGICAS

Las estrategias a emplear son.

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 15 de 23

A. Fortalecimiento de capacidades de los estudiantes de 4to y 5to grado de educación secundaria.

- Orientación vocacional para elección de carreras profesionales a estudiar.
- Capacitación en temas de desarrollo personal y actitudinal frente a un futuro ingreso a la Universidad Nacional 'Ciro Alegría'.
- Presentación de contenidos de las carreras que ofrece la Universidad Nacional 'Ciro Alegría'.
- Socializar los procesos adecuados para la postulación a las universidades del país.
- Generar espacios de comunicación entre los estudiantes y la Universidad Nacional 'Ciro Alegría'.

B. Actividades de comunicación externa con la finalidad de promocionar y difundir las carreras profesionales de nuestra institución ante nuestros grupos de interés y la sociedad en general.

- Formular y emitir comunicados, notas de prensa y pronunciamientos relacionados con las carreras profesionales que ofertará la Universidad Nacional 'Ciro Alegría'.
- Generar material promocional de la institución de forma ágil y dinámica (folletos con Información, brochure, Papelería y material promocional para seminarios, ruedas de prensa, reuniones, talleres, mesas, conferencias, etc.)
- Proporcionar información a los públicos objetivos respecto a los contenidos de nuestra página web, con la finalidad que la visiten y

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 16 de 23

puedan visualizar la información de las carreras profesionales que ofertaremos.

- Jornadas de sensibilización, talleres de creatividad, mesas de encuentro y/o visitas guiadas al público interesado en conocer los laboratorios con los cuentan las carreras profesionales de nuestra universidad.
- Elaboración de material publicitario. Se elaborará diversos materiales impresos (banderolas, gigantografías, afiches, trípticos, dípticos, folletos informativos, cartillas informativas, revistas, etc) y Merchandising Corporativo (lapiceros, usv, tazas personalizadas, gorras, polos etc), de cada una de las carreras profesionales de nuestra universidad, los mismos que serán distribuidos entre nuestro público objetivo.

C. Actividades de incidencia pública con medios de comunicación masivos y alternativos.

- **Con los medios de comunicación masivos:** Una de las principales tareas es realizar un mapeo de medios; que implica identificar cuáles son los medios de comunicación existentes, para armar un directorio que permita interactuar con las/os periodistas con el objetivo de posicionar en su agenda nuestros temas de interés. Para esta tarea es importante identificar cuáles son los medios de comunicación de mayor audiencia (radio, prensa y televisión) y quiénes son las/os más importantes periodistas en cada uno de los medios que pueden convertirse en nuestras/os aliadas/os.

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 17 de 23

Para lograr que se conviertan en nuestros aliados hay que mantenerlos permanentemente informados de las actividades que se realizan, además de facilitarles entrevistas con los voceros de la organización y especialistas en los temas de interés que queremos abordar. Estar permanentemente en medios nos da una gran posibilidad de poner nuestra institución en la agenda pública. Recuerda que lo que no pasa por los medios no existe, para ello podemos programar:



Contratación de espacios para emisión de material publicitario. Se deberá contratar con medios de comunicación, teniendo en cuenta un doble objetivo: el primero será el de posicionar las carreras profesionales de nuestra universidad mediante la difusión de spots, microprogramas, podcasts, anuncios, etc; el segundo es realizar alianzas con los medios de comunicación, de tal manera que nos den espacios adicionales para visualizar la institución.



Participación en medios de comunicación. Se promoverá la participación de los especialistas y los voceros en los medios de comunicación para visibilizar la institución y promocionar las carreras profesionales que nuestra universidad ofertará.



Envío de notas de prensa. Este formato permite brindar información concisa a los medios de comunicación. Es recomendable producir notas informativas con cierta periodicidad sin saturar las fuentes informativas. A las notas de prensa se pueden adjuntar información especializada, datos estadísticos, entre otra información útil.

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 18 de 23

- **Con los medios de comunicación alternativos.** Facebook, Youtube son algunos de los principales medios de comunicación que hoy nos brindan una importante plataforma de visibilización de las demandas o propuestas que se tengan en relación a los temas de interés. La información en estos escenarios se mueve rápidamente y exige de nosotros una constante atención para mantener la vigencia y permanencia de nuestra información. Para ello es importante por lo menos mantener estos espacios virtuales actualizados con información atractiva, promoviendo que sea compartida en todas las redes o canales virtuales posibles.



- 1. Tener perfil en las redes sociales.** Contar con un perfil activo en las redes sociales ayuda a que las organizaciones se comuniquen, se den a conocer, mejoren su imagen corporativa y puedan conseguir nuevos clientes.

- 2. Tener buenos contactos con personas relevantes en la prensa.**

Si se tienen buenos contactos pueden ser aprovechados en el momento en que sean necesarios, y además es bueno mantenerlos para tener buenas relaciones con personas de la prensa que pueden ser de interés.

- 3. Darse a conocer en medios de comunicación influyentes en el área.** Si la organización se da a conocer en algún medio influyente llegará a una buena cantidad de audiencia interesada en ella, por eso hay que buscar la forma de aparecer allí como en otros medios.

- 4. Intentar mejorar la reputación corporativa de la institución.**

Cuanta mejor sea la reputación de la institución mejor pueden ser



	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 19 de 23

sus resultados, y además la información que aporten será mejor considerada. Por ello, hay que trabajar en la mejora continua y en dar una mejor imagen.

6.10. ACREDITACIÓN DE LAS CAPACITACIONES

Las actividades de capacitación precisadas en el presente Programa de Capacitación serán acreditadas mediante la emisión de los certificados correspondientes, suscritos por la Comisión Organizadora de la Universidad Nacional de Cuyo.

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 20 de 23

6.11. CRONOGRAMA

N°	ACTIVIDAD	U.M.	PRIORIDAD	2021						
				Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
01	Conversatorio de Orientación Vocacional, dirigido a estudiantes de 4to y 5to año de Educación Básica Regular – nivel secundario.	Millar	11							
02	Conversatorio: Desarrollo Personal frente al ingreso a la universidad.	Taller	03							
03	Conversatorio: Importancia de las carreras universitarias de la UNCA.	Taller	02							
04	Conversatorio: La Universidad Nacional Ciro Alegría, una oportunidad para tu vida.	Taller	01							
05	Conversatorio: Tú participación es importante.	Evento	04							
06	Producción y difusión de notas de prensa, comunicados y/o pronunciamientos respecto a las carreras profesionales de nuestra universidad, mediante página web, página oficial de Facebook, Youtube.	Unidad	09							
07	Producción de spots radiales, televisivos, podcasts, etc, de las carreras profesionales de nuestra universidad.	Unidad	07							
08	Difusión de spots radiales, televisivos, podcasts, comunicados, etc, de las carreras profesionales de nuestra universidad.	Unidad	08							
09	Diseño e impresión de material gráfico promocional (dípticos, trípticos, gigantografías, etc).	Millar	10							

La impresión de este documento adquiere el estado de "DOCUMENTO NO CONTROLADO".

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 21 de 23

10	Visitas guiadas a las instalaciones de las Sedes Académicas y Laboratorios (virtuales –videos- las presenciales se realizarán de acuerdo la disminución de la intensidad de la pandemia)	Evento	05							
11	Diseño y adquisición de merchandising (polos, lapiceros)	Millar	06							



	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 22 de 23

6.12. PRESUPUESTO

N°	ACTIVIDAD	ESTRATEGIA	PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
01	Conversatorio de Orientación Vocacional, dirigido a estudiantes de 4to y 5to año de Educación Básica Regular – nivel secundario.	La actividad se realizará de manera virtual y estará desarrollada por docentes designados por la Vicepresidencia Académica.	Conversatorios desarrollados con alumnos de 4to y 5to año de educación secundaria capacitados.	Conversatorio	02	0.00	0.00
	Conversatorio: Desarrollo personal frente al ingreso a la universidad.	La actividad se realizará de manera virtual y estará desarrollada por docentes designados por la Vicepresidencia Académica.	Conversatorios desarrollados con alumnos de 4to y 5to año de educación secundaria capacitados.	Conversatorio	02	0.00	0.00
	Conversatorio: Importancia de las carreras universitarias de la UNCA.	La actividad se realizará de manera virtual y estará desarrollada por docentes designados por la Vicepresidencia Académica.	Conversatorios desarrollados con alumnos de 4to y 5to año de educación secundaria capacitados.	Conversatorio	02	0.00	0.00
04	Conversatorio: La Universidad Nacional Ciro Alegría, una oportunidad para tu vida.	La actividad se realizará de manera virtual y estará desarrollada por docentes designados por la Vicepresidencia Académica.	Conversatorios desarrollados con alumnos de 4to y 5to año de educación secundaria capacitados.	Conversatorio	02	0.00	0.00
05	Conversatorio: Tú participación es importante.	La actividad se realizará de manera virtual y estará desarrollada por docentes designados por la Vicepresidencia Académica.	Conversatorios realizados en donde se tendrá la participación de alumnos y padres de familia.	Conversatorio	01	0.00	0.00
06	Producción y difusión de notas de prensa y/o comunicados respecto a las carreras profesionales de nuestra universidad, mediante página web, página oficial de Facebook, Youtube.	Se realizarán notas de prensa y/o comunicados respecto a la importancia de las carreras profesionales de nuestra universidad.	Difusión de notas de prensa en el marco del desarrollo de las carreras profesionales	Notas de prensa	10	0.00	0.00
			Difusión de comunicados de actividades realizadas en el marco del desarrollo de las carreras profesionales.	Comunicados	05	0.00	0.00
07	Producción de spots radiales, televisivo, podcasts, etc, de las carreras profesionales de nuestra universidad	Se producirá material audiovisual concerniente a las carreras profesionales de nuestra universidad para ser difundida en medios tradicionales y alternativos.	Producción de spots radiales	Spot radial	02	0.00	0.00
			Producción de podcasts radiales	Podcast radial	02	0.00	0.00
			Producción de spots televisivos	Spot televisivo	02	0.00	0.00
08	Difusión de spots radiales, televisivo, podcasts, etc, de las carreras profesionales de nuestra universidad.	Se contratará medios de comunicación masiva para poder hacer llegar a un público más amplio, información de las carreras profesionales de nuestra universidad.	Difusión de spots radiales de 45 segundos, 150 pasadas por mes (03 meses)	Spot	450	700.00	2,100.00
			Difusión de spots televisivos de 45 segundos, 150 pasadas por mes (03 meses)	Spot televisivo	450	1,500.00	4,500.00
			Difusión de podcast radiales 90 segundos, 150 pasadas por mes (03 meses)	Podcast radial	450	700.00	2,100.00
09	Diseño e impresión de material gráfico promocional (dípticos, trípticos, Gigantografías, etc).	Una vez aprobados los diseños se realizarán los pedidos de servicios correspondientes para su impresión.	Trípticos informativos	Millar	02	400.00	800.00
			Dípticos informativos	Millar	02	400.00	800.00
			Gigantografías	Unidad	06	430.00	2580.00

	DOCUMENTO	CÓDIGO:	PGC-OD-01
		FECHA:	Julio 2021
	PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA	VERSIÓN:	02
		PÁGINA:	PAGINA: 23 de 23

10	Visitas guiadas a las instalaciones de las Sedes Académicas y Laboratorios (virtuales –videos- las presenciales se realizarán de acuerdo la disminución de la intensidad de la pandemia).	En el caso que no se puedan realizar visitas presenciales se realizaran transmisiones en vivo de los laboratorios que posee nuestra universidad.	Visitas guiadas (virtual o Presencial)	Visita	02	00.00	00.00
11	Diseño y adquisición de merchandising (polos, lapiceros)	Una vez aprobados los diseños se realizaran los pedidos de servicios correspondientes para su compra.	Adquisición de lapiceros	Millar	700 unidades	6.00	4,200.00
			Adquisición de polos	ciento	145 unidades	20.00	2,900.00
COSTO TOTAL							19,980.00

7. REGISTROS

- No se aplica

8. CONTROL DE CAMBIOS





VERSIÓN	DOCUMENTO DE APROBACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA MODIFICACIÓN
V1	Resolución de Comisión Organizadora N° 092-2021/COUNCA	APROBACIÓN INICIAL DEL PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA
	Fecha: 23 de abril de 2021	
V2	Resolución de Comisión Organizadora N° 196-2021/COUNCA	PRIMERA MODIFICACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL CIRO ALEGRÍA
	Fecha: 07 de julio de 2021	