



## **PLAN DE MEDIOS 2013 UNIVERSIDAD DE PAMPLONA**

### **IMPORTANCIA DE LA PUBLICIDAD**

La publicidad es una técnica de comunicación masiva, creada para informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar a la comunidad en general hacia una acción. Con el objetivo de convencer e incitar al público con un mensaje comercial para que tome la decisión de pertenecer en nuestro caso a la Universidad de Pamplona.

La publicidad llega al público a través de los medios de comunicación, medios que emiten los anuncios a cambio de una contraprestación preliminarmente fijada para adquirir dichos espacios en un contrato de compra y venta por la agencia de publicidad y el medio, emitiendo el anuncio en un horario dentro del canal que es previamente fijado por la agencia con el medio, y con el conocimiento del anunciante, dicho contrato es denominado contrato de emisión o difusión.

### **Porque las Universidades deben pautar**

Una institución de educación superior como la Universidad de Pamplona, que cuenta con reconocimiento oficial requisito indispensable para que funcione como tal logra su autonomía, cuando demuestra el desarrollo de un proyecto educativo y cumple con todos los estándares básicos de calidad académica, gobierno, administración institucional e infraestructura.

Para las universidades lo más importantes es poder dar a conocer al público meta los programas que van hacer ofertados en el semestre, es por ello que para la Universidad de Pamplona, lo más significativo es anunciar los beneficios que trae estudiar con la institución.

### **Importancia de pautar en medios digitales:**

Este tipo de medios le permiten a la Universidad de Pamplona, crear un centro de afinidad de medios, dirigiendo toda la estrategia a la web.



La estrategia de publicidad que maneja los medios digitales le permiten a la Institución conocer mejor al público ya que la respuesta a las actividades se puede medir, logrando entender los gustos, preferencias y necesidades en el entorno real.

Los medios digitales permiten crear una base de datos con la que se pueden generar múltiples contactos para diferentes actividades comunicación, promoción, fortalecimiento de la Institución con el público objetivo.

### **Importancia de la pauta publicitaria en la radio:**

La Radio en los últimos años se ha convertido en un medio excelente para la divulgación de mensajes publicitarios, ya que llega a los receptores de una forma clara, concisa y fácil.

La importancia de los anuncios en la radio se establece por ser un medio que no requiere esfuerzo y la concentración del público, lo cual la convierte en un auxiliar publicitario muy valioso, llevando como ventaja final que es un medio flexible, ya que permite ajustar las necesidades a intereses locales y hasta la publicidad nacional puede revestirse desde el ámbito local.

### **Porque es importante pautar en televisión:**

La televisión se ha caracterizado históricamente por sus altos índices de consumo por parte de la población nacional, ocupando un espacio importante en la vida de los ciudadanos

Las grandes instituciones o empresas del país prefieren realizar la pauta comercial por medio de los medios de comunicación, aun así el preferido para poder realizar estas pautas comerciales es mediante de la televisión, ya que en la torta se lleva un 40% de ventaja ante los demás medios que existen.

Esta es la ventaja que se ve, ya que el producto llega de una forma directa, visualmente aceptada y aplicada para el público en general.

## **PLAN DE MEDIOS 2013**



# UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

Una Universidad incluyente y comprometida con el desarrollo integral

## Objetivo

Establecer las estrategias comunicativas, de promoción y plan de medios que permitan que el público objetivo y la comunidad en general conozcan la oferta académica y las actividades de la Universidad de Pamplona a nivel, municipal, regional y nacional.

## Objetivos Específicos

- Posicionar a la Universidad de Pamplona a través de los diferentes medios de comunicación. (Radio, prensa, televisión, redes sociales, internet).
- Diseñar y desarrollar una campaña que garantice el público objetivo asuman los mensajes publicitarios e informativos con una efectiva aplicación en los medios masivos y alternativos, además que impacte favorablemente.
- Proyectar una imagen renovada y positiva de la Universidad de Pamplona.
- Informar las posturas institucionales que conlleven a la implementación de una nueva cultura de información.
- Trabajar sobre la identidad de la Universidad de Pamplona, no solo por su giro académico, sino por su orientación socio cultural, que se refleje en una imagen creativa y original.

| ESTRATÉGIA  | MEDIO                            | ACCIÓN   |
|---|----------------------------------|--|
| Boletín informativo digital seminal                         | Correo electrónico<br>Página Web | Enviar información concreta y actual de las diferentes actividades de la Universidad |
| Emitir cuñas radiales que permitan el posicionamiento de la | Radio Cariongo                   |  |



|   |   |   |
|---|---|---|
| Universidad tanto de su oferta laboral como de su quehacer diario, permitiéndole a una comunidad en general estar enterada de la información que se genera diariamente. | Sabrosa Stéreo<br><br>RCN Radio<br><br>Radio Lemas  |   |
| Alimentar las redes sociales, con mensajes cortos de interés público  | Redes sociales como:<br><br>Facebook.com<br><br>Twitter<br><br>Twitpic<br><br>Pamplona Total<br><br>Agenda Net. | Publicar información a las redes sociales, que son utilizadas por la gran mayoría de la comunidad.        |
| Noticias para la televisión regional y nacional   | Canal TRO<br><br>Canal Zoom<br><br>RTP  | Realizar noticias para las emisiones de los noticieros de la mañana y el medio día.                       |
| Monitorear los diferentes eventos académicos en los que pudiera participar personal de la universidad   | Tele - Conferencias   | Informar con tiempo sobre dichas actividades, con el fin de aprovechar estos espacios gratuitos           |
| voz a voz   | Comunicación persona a persona  | Elaborar un párrafo corto que circule con el personal de la universidad y que éste a su vez se repita por |



|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | fuera de la institución.   |
| Elaborar artículos de prensa   | periódicos o revistas<br>(Contexto Universitario)<br><br>Diario La Opinión | Redactar varios artículos de prensa sobre los trabajos de investigación que ameriten su divulgación.   |
| Producir videos para la web  | You tube   | Grabar y editar videos cortos para reproducirlos en internet.  |
| Formar un semillero de investigación con Comunicadores Sociales en Formación | Programa de Comunicación Social junto con la Oficina de prensa.            | Diseñar estrategias que nos permitan mantener un semillero de investigación que proyecte una imagen audiovisual de calidad de la Universidad a todos los medios de comunicación. |

## LA MEGA RCN RADIO

| EL MAÑANERO NACIONAL            | DIA             | HORA             | VALOR MES           | FECHA   |
|---------------------------------|-----------------|------------------|---------------------|---------|
| Top banner portal mega nacional | Lunes a Viernes | 4:00 a 8:00 p.m. |                     | Mensual |
| 1 Cuña de 30" sección           | Lunes a Viernes |                  | \$ 10.784.520 + IVA | Mensual |



|       |  |  |  |  |
|-------|--|--|--|--|
| V.I.P |  |  |  |  |
|-------|--|--|--|--|

**Para pautar en Pamplona se requiere de la siguiente publicidad:**

| PROVEEDOR   | NOMBRE                 | VALOR PARCIAL | TIEMPO  | VALOR TOTAL |
|---|------------------------|---------------|---------|-------------|
| Agenda Net.   | Julio Peñuela          | \$800.000     | 8 meses | \$6.400.00  |
| <p>Pauta publicitaria en diferentes escenarios donde interviene agenda al día.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Emisora RCN básica a las 5:30 am y al medio día</li><li>• Programa Luces de la ciudad, emisora Radio San José de Cúcuta</li><li>• Programa radial la hora 5 en la emisora la Voz del Norte</li></ul> <p>Programa de televisión CONFRONTACIÓN, emitido por el canal local RTP</p> <p>Agendaaldia.net es un medio de comunicación e información que difunde noticias a través de la red social facebook, página web agendaaldia.net, radio y televisión, se consolida como un medio veraz con amplia aceptación dentro de la ciudad y el departamento, se hace necesario llevar a cabo esta contratación con el fin de lograr una mayor visibilización de la Universidad de Pamplona en diversos espacios y medios que logren llegar a un amplio número de espectadores.</p>   |                        |               |         |             |
| Pamplona Total  | Miguel Afanador        | \$250.000     | 8 meses | \$2.000.000 |
| <p>Pauta publicitaria y difusión de información Pamplona Total Noticias anualidad 2013.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cubrimiento y publicación de actividades y eventos desarrollados donde participe la Universidad, difusión a través de la red social facebook.</li><li>• Difusión instantánea de información que involucre a la Universidad a través de la red social Twitter</li><li>• Envío de información, actividades y eventos de la Universidad a través de cadenas para los usuarios de BlackBerry</li></ul> <p>Difusión de información, eventos y actividades de carácter institucional, académico y deportivo de la Universidad a través de YouTube.</p> <p>Pamplona Total Noticias se ha consolidado como un medio de comunicación abanderada de la ciudad por la inmediatez en la entrega de información y por hacer presencia en cada uno de los escenarios donde se generan las noticias, actualmente cuenta con gran aceptación dentro de la población pamplonesa lo que permite que la información generada por la universidad de pamplona llegue a un amplio número de visitantes, adicionalmente la difusión a través de las redes sociales permite que la noticia pueda llegar a diferentes lugares del territorio nacional.</p> |                        |               |         |             |
| Radio Cariongo  | Carlos Augusto Moncada | \$800.000     | 8 meses | \$6.400.000 |
| <p>Espacio publicitario en Radio Cariongo, emisora afiliada a RCN, para la transmisión de un total de 2100 cuñas radiales (7 cuñas diarias), emitidas</p>   |                        |               |         |             |



# UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

Una Universidad incluyente y comprometida con el desarrollo integral

durante 8 meses.

La Universidad de Pamplona busca dar a conocer de manera permanente su oferta académica en niveles de pregrado, postgrado, así como los demás servicios con los que cuenta, por lo anterior se hace necesaria la contratación del espacio publicitario ofrecido por Radio Cariongo, en miras de llegar a toda la comunidad pamplonesa de forma constante con cabida en los espacios con mayor audiencia. RCN noticias 7:00 a.m. 8:00 a.m. la ciudad y sus reflejos 9:30 a.m. 10:30 a.m. RCN noticias segunda emisión 12:50 p.m. 1:30 p.m.

|     |              |             |         |              |
|-----|--------------|-------------|---------|--------------|
| RTP | Jorge Monroy | \$1.800.000 | 8 meses | \$14.400.000 |
|-----|--------------|-------------|---------|--------------|

Pauta publicitaria Radio televisión de Pamplona anualidad 2013.

- Emisión diaria de publicidad institucional, ene I programa Noticias RTP en el horario 8:00 a 9:00 p.m., de 12:00 a 1:00 p.m. y de 8:00 a 9:00 a.m.
- Emisión diaria de publicidad institucional, en el programa meridiano deportivo en el horario de 9:00 a.m. a 10:00 a.m. y de 6:00 p.m. a 7:00 p.m.
- Lectura de comunicados de prensa de la institución
- Cubrimiento de eventos relacionados con la Universidad
- Patrocinador oficial de las transmisiones deportivas
- Patrocinador oficial de eventos especiales
- Producción y emisión del programa institucional de 50 minutos "" Diálogo Universitario" emitido los martes a las 7:00 p.m. y los domingos a las 2:00 p.m.
- Emisión del programa institucional de 30 minutos "Conexión Universitaria" los días sábados 10:30 a.m. y los jueves a las 7:00 p.m.
- Sección informe universitario en Noticias RTP

Espacio para información extra

Se hace necesaria la búsqueda de un espacio de difusión en un medio de comunicación local que sirva como vitrina de la institución y de los materiales audiovisuales propios y los elaborados por los estudiantes, además de ser un puente entre la institución educativa y la comunidad pamplonesa, cumpliendo de esta manera con el derecho constitucional de informar y ser informado. RTP por ser el único canal local de televisión por cable en el municipio tiene un alto impacto, el cual ha sido medido teniendo en cuenta el número de suscriptores de la empresa que presta el servicio de parabólica, el impacto es de aproximadamente 30 mil televidentes por día.

## Pautas regionales

| PROVEEDOR   | NOMBRE        | VALOR PARCIAL | TIEMPO  | VALOR TOTAL |
|---|---------------|---------------|---------|-------------|
| Comerciales en Televisión   | Ingepec Ocaña | \$250.000     | 8 meses | \$2.000.000 |
| Trasmisión Conexión Universitaria   | Ingepec Ocaña | \$500.000     | 8 meses | \$4.000.000 |
| Emisión semanal del programa institucional de la Universidad de Pamplona, |               |               |         |             |



|   |                |           |         |             |
|---|----------------|-----------|---------|-------------|
| Conexión Universitaria, todos los viernes en el horario de 7:30 a 8:00 pm a través del canal local de Ocaña, Norte de Santander INGEPEC, desde el perfeccionamiento del contrato y hasta diciembre de 2013  |                |           |         |             |
| Sabrosa Stéreo  | Sabrosa Stéreo | \$215.218 | 8 meses | \$1.750.000 |
| Promoción de la Universidad de Pamplona mediante pautas radiales emitidas de lunes a viernes en el horario de 7:00 a 8:00 am en el programa informativo comunal de Ocaña, Norte de Santander a través de la emisora Sabrosa Stereo, desde el perfeccionamiento del contrato y hasta diciembre de 2013 |                |           |         |             |

### Pauta en diarios Regionales

| PROVEEDOR         | NOMBRE               | VALOR PARCIAL | TIEMPO      | VALOR TOTAL  |
|-------------------|----------------------|---------------|-------------|--------------|
| Diario La Opinión | Eustorgio Colmenares | \$15.000.000  | 2 ediciones | \$30.000.000 |