



Resolución Ministerial

N° 192 - 2015-MINEDU

Lima, 18 MAR. 2015

CONSIDERANDO:

Que, mediante Resolución Ministerial N° 043-2015-MINEDU, se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Educación 2015, el mismo que ha sido modificado por la Resolución Ministerial N° 056-2015-MINEDU;

Que, mediante el Informe N° 002-2015-MINEDU/SG-OGC-OCOM-ACZ, la Oficina General de Comunicaciones solicita la modificación del Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Educación 2015, a fin de incluir las campañas denominadas "Actividades del MINEDU", "Juegos Deportivos Escolares Nacionales 2015", "El Plan de Fortalecimiento de la Educación Física y el Deporte Escolar Crece", "Simulacros Nacionales Escolares", "Preparados ante Heladas y el Frijaje" y "Evaluación Censal de Estudiantes ECE 2015"; en virtud de lo señalado por la referida Oficina General, la Dirección de Educación Física y Deporte de la Dirección General de Educación Básica Regular, la Oficina de Defensa Nacional y de Gestión del Riesgo de Desastres, y la Oficina de Medición de la Calidad de los Aprendizajes de la Secretaría de Planificación Estratégica a través del Informe bajo comentario, de los Memorandos N°s 351-2015-MINEDU/VMGP-DIPECUD, 007-2015-MINEDU/SG-ODENAGED y el Oficio N° 061-2015-MINEDU/SPE-PLANMED-UMC, respectivamente,

Que, mediante los Memorandos N°s 087-2015-MINEDU/SPE-UP, 100-2015-MINEDU/SPE-UP, 126-2015-MINEDU/SPE-UP y 007-2015-MINEDU/SPE-OPEP-UPP, la Unidad de Planificación y Presupuesto de la Oficina de Planificación Estratégica y Presupuesto de la Secretaría de Planificación Estratégica, señala que la Oficina General de Comunicaciones, la Dirección de Educación Física y Deporte de la Dirección General de Educación Básica Regular, la Oficina de Defensa Nacional y de Gestión del Riesgo de Desastres y la Oficina de Medición de la Calidad de los Aprendizajes de la Secretaría de Planificación Estratégica, cuentan con saldos presupuestales para desarrollar las campañas a las que se hace referencia en el considerando precedente;

Que, asimismo, mediante el Informe al que se hace referencia en el segundo considerando, se solicitó la modificación del contenido de la campaña "Buen Inicio del Año Escolar 2015" y la actualización del Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Educación 2015 en el marco de lo dispuesto por el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Educación, aprobado mediante Decreto Supremo N° 001-2015-MINEDU;

Que, mediante Memorandos N° 126-2015-MINEDU/SPE-UP y 127-2015-MINEDU/SPE-UP, la Unidad de Planificación y Presupuesto de la Oficina de Planificación Estratégica y Presupuesto de la Secretaría de Planificación Estratégica, señala que la Oficina General de Comunicaciones, cuenta con saldos presupuestales



para implementar la modificación al contenido de la campaña a la que se hace referencia en el considerando precedente;

Que, en tal sentido, es necesario modificar el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Educación 2015;

De conformidad con lo establecido en el Decreto Ley N° 25762, Ley Orgánica del Ministerio de Educación, modificado por la Ley N° 26510; la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal; y el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Educación, aprobado mediante Decreto Supremo N° 001-2015-MINEDU;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Modificar el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Educación 2015, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 043-2015-MINEDU y modificado por la Resolución Ministerial N° 056-2015-MINEDU, a fin de incluir las campañas denominadas "Actividades del MINEDU", "Juegos Deportivos Escolares Nacionales 2015", "El Plan de Fortalecimiento de la Educación Física y el Deporte Escolar Crece", "Simulacros Nacionales Escolares", "Preparados ante Heladas y el Friaje" y "Evaluación Censal de Estudiantes ECE 2015"; así como modificar el contenido de la campaña "Buen Inicio del Año Escolar 2015", y actualizar el citado Plan en el marco del Reglamento de Organización y Funciones de Ministerio de Educación, aprobado mediante Decreto Supremo N° 001-2015-MINEDU.

El Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Educación 2015, con las correspondientes modificaciones, como Anexo, forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo 2.- Disponer que la Oficina General de Asesoría Jurídica publique la presente Resolución Ministerial y su Anexo, en el Sistema de Información Jurídica de Educación – SIJE, ubicado en el Portal Institucional del Ministerio de Educación (<http://www.minedu.gob.pe/>).

Regístrese y comuníquese.



JAIME SAAVEDRA CHANDUVÍ
Ministro de Educación





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"
"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2015 DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN (INCLUSIÓN)





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"
 "Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"

Plan de Estrategia Publicitaria 2015 del Ministerio de Educación

I. Justificación

El Ministerio de Educación tiene como misión ejercer el rol rector en el cumplimiento de políticas, lineamientos, normas, estándares y metas para el sector, desarrollando mecanismos de monitoreo y evaluación efectivos, generando condiciones institucionales y de gestión descentralizada y convocando a la movilización social en los objetivos educativos.

Para cumplir esta misión, el Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) establece que, en el ámbito de la comunicación y participación ciudadana, la rectoría del Ministerio de Educación supone el ejercicio de fortalecer y considerar instancias de participación y vigilancia ciudadana que apoyen la mejora de los resultados de aprendizajes para todos los estudiantes haciendo énfasis en aquellos con necesidades especiales.

La Oficina General de Comunicaciones (Ex Oficina General de Comunicación Social y Participación Ciudadana), tiene como función conducir el Plan Comunicacional del Ministerio de Educación con enfoque integral y de desarrollo (Manual de Organizaciones y Funciones del Ministerio de Educación, aprobado por Decreto Supremo N° 006-2012-ED), que promueva el relacionamiento eficaz de la institución en los ámbitos interno y externo; y asistir y articular a los órganos y unidades orgánicas en la formulación de estrategias de comunicación social para el logro de sus objetivos.

El plan comunicacional del Ministerio de Educación toma como referencia el Proyecto Educativo Nacional al 2021 (PEN) que considera como uno de sus objetivos fomentar en todo el país una sociedad capaz de formar ciudadanos informados, propositivos y comprometidos con el desarrollo y el bienestar de la comunidad.

Como parte del plan comunicacional se ha considerado una serie de campañas publicitarias para difundir las acciones y propuestas relacionadas a los pilares establecidos por el Ministerio de Educación. Estas campañas forman parte del Plan de Estrategia Publicitaria 2015 del Ministerio de Educación.

El Plan de Estrategia Publicitaria 2015 del Ministerio de Educación, está en correspondencia a la Ley N° 28874 que regula la publicidad estatal con el objetivo de: a) establecer los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del gobierno nacional, gobierno regional y gobierno local, destinarán al rubro de publicidad; en prensa escrita, radio y televisión; y, b) Fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos para la contratación de servicios de publicidad en prensa escrita, radio y televisión.

Conforme el artículo 3° de la Ley N° 28874, para la realización de publicidad estatal, se deberá cumplir, entre otros requisitos, con la presentación del Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Educación 2015, el mismo que será elaborado acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; adecuándose también a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales.

Mediante el Decreto Supremo N° 077-2014-PCM el año 2015 ha sido declarado como el "Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación", siendo recomendable difundir los avances y esfuerzos al respecto. En este sentido, el Plan de Estrategia Publicitaria 2015 se convierte en una importante herramienta que contribuirá al logro de los objetivos de la institución y reforzará la comunicación con la población.





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"
 "Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"

II. Objetivo General

Poner al alcance de los ciudadanos información clara, oportuna y transparente sobre el avance en la implementación de las políticas priorizadas del Minedu que se agrupa en cuatro grandes ejes: mejora de los aprendizajes, desarrollo docente, infraestructura educativa y gestión moderna y descentralizada.

III. Objetivos Específicos

Mejora de los aprendizajes

i) Informar a la comunidad educativa y sociedad civil sobre los aprendizajes fundamentales (qué y cómo deben aprender los/las estudiantes) y motivar la acción para apoyar el logro de aprendizajes; ii) comunicar la importancia de las evaluaciones y promover que los padres de familia soliciten los resultados para saber los avances y limitaciones de sus hijos frente a los aprendizajes.

Promover que los estudiantes desarrollen hábitos saludables a través del consumo de alimentos y la actividad física.

Desarrollo docente

Comunicar los avances en la implementación de la Ley de Reforma Magisterial, que incluyen temas como: salarios, derechos, procesos de evaluación, etc; revalorar el rol del docente, a través de la visibilidad y replicabilidad de prácticas pedagógicas destacadas por sus resultados en los aprendizajes.

Infraestructura educativa

Comunicar los avances en la implementación de la política de infraestructura, dando cuenta de la construcción y equipamiento de nuevos locales escolares y del mejoramiento de los mismos en coordinación con autoridades locales y comunidad educativa.

Gestión moderna y descentralización

Fortalecer la cultura de prevención y gestión del riesgo en la comunidad educativa, distintos niveles de gobierno y la comunidad.

IV. Campañas a incluir

Nombre de la campaña: "Buen Inicio del Año Escolar 2015"

Oficina responsable: Oficina General de Comunicaciones (OGC)

Público objetivo: Docentes y directores, padres de familia y estudiantes de escuelas públicas.

Objetivo: Promover el compromiso de los diferentes actores de la comunidad educativa para garantizar las condiciones que faciliten el Buen Inicio del Año Escolar 2015.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Spots y/o banners y/o menciones en televisión a nivel nacional y/o regional y/o local de hasta 35" segundos; spots y/o menciones de radio a nivel nacional y/o regional y/o local de hasta 35" segundos. Avisos de diversos formatos en medios impresos. Medios virtuales. A su vez, se utilizarán medios alternativos para reforzar la comunicación y los principales mensajes de la campaña. Los detalles de los medios y avisos se determinarán en el plan de medios.





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"
 "Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/. 6'920,000.00 (Seis millones novecientos veinte mil y 00/100 nuevos soles).

Periodo de difusión: Entre los meses de Enero y Abril del 2015

Nombre de la campaña: "Actividades del Minedu"

Oficina responsable: Oficina General de Comunicaciones (OGC)

Público objetivo:

Público en general: líderes de opinión, docentes y directores, padres y madres de familia, sociedad civil, empresarios, autoridades y estudiantes en general.

Objetivo: Difundir las actividades y servicios del Ministerio de Educación.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Spots y/o banners y/o menciones en televisión a nivel nacional y/o regional y/o local de hasta 60" segundos. Publicaciones y/o avisos de diversos formatos en medios impresos y/o digitales. A su vez, se utilizarán medios alternativos para reforzar la comunicación y los principales mensajes de la campaña. Los detalles de los medios y avisos se determinarán en el plan de medios.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/. 1'500,000.00 (un millón quinientos mil con 00/100 nuevos soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Se proyecta la difusión de la campaña entre los meses de marzo y diciembre del 2015.



Nombre de la campaña: Juegos Deportivos Escolares Nacionales 2015

Oficina responsable: Dirección de Educación Física y Deporte (DEFID).

Público objetivo:

Comunidad educativa, padres de familia, estudiantes de escuelas públicas y privadas, deportistas, líderes de opinión, opinión pública en general.

Objetivo: Posicionar los Juegos Deportivos Escolares Nacionales como el semillero del deporte nacional, e informar a la comunidad educativa y a la opinión pública el desarrollo de la etapa nacional que reunirá en simultáneo a más de 4 mil deportistas entre 7 y 17 años de edad – ganadores de la etapa macro regional- en 16 disciplinas, y cuyo resultado coronará a más de 500 nuevos campeones nacionales; afianzando la apuesta del Ministerio de Educación por el fortalecimiento del deporte escolar dentro de un espacio formativo y competitivo, con miras a construir la generación de deportistas que representen a nuestro país en los Panamericanos del 2019, y a su vez, propiciar el compromiso de los diferentes actores del deporte nacional para apoyar el desarrollo de los talentos deportivos desde temprana edad.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Se difundirán anuncios en medios escritos y radiales de alcance nacional, redes sociales y publicidad exterior (anuncios en tren eléctrico y/o buses). La duración de los avisos radiales será de hasta 60 segundos. El detalle de los avisos y medios se determinará en el plan de medios.



PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"
 "Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de hasta S/. 250,000.00 (doscientos cincuenta mil con 00/100 nuevos soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Se proyecta ejecutar la campaña entre agosto y octubre del 2015.

Nombre de la campaña: El Plan de Fortalecimiento de la Educación Física y el Deporte Escolar Crece

Oficina responsable: Dirección de Educación Física y Deporte (DEFID).

Público objetivo:

Comunidad educativa, padres de familia, estudiantes de escuelas públicas y privadas, profesores de educación física, líderes políticos y opinión pública.

Objetivo: Posicionar el Plan de Fortalecimiento de la Educación Física y el Deporte Escolar como una política de Estado que contribuye a la formación integral de los niños, niñas y adolescentes del país, promoviendo la vida activa y saludable, a la vez que forma la generación de deportistas con miras a los Panamericanos del 2019. De igual forma, anunciar a la comunidad educativa y a la opinión pública las metas 2015 de este Plan que gradualmente asegura la universalización de la Educación Física de calidad en los colegios públicos.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Se difundirán anuncios en medios escritos y radiales de alcance nacional, redes sociales y publicidad exterior (anuncios en tren eléctrico y/o buses). La duración de los avisos radiales será de hasta 60 segundos. El detalle de los avisos y medios se determinará en el plan de medios.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de hasta S/. 150,000.00 (ciento cincuenta mil con 00/100 nuevos soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Se proyecta ejecutar la campaña entre mayo y junio del 2015.

Nombre de la campaña: Evaluación Censal de Estudiantes ECE 2015

Oficina responsable: Oficina de Medición de la Calidad de los Aprendizajes

Público objetivo:

Comunidad educativa, padres de familia, estudiantes de escuelas públicas y privadas, primaria y secundaria, así como opinión pública en general.

Objetivo: Difundir las fechas de aplicación de la ECE 2015 a alumnos de 2do. grado de primaria, 4to. grado de EIB, 4to grado de primaria y 2do grado de secundaria, y promover la participación activa de toda la comunidad educativa.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar:

- (3) spot y/o menciones en televisión a nivel nacional de 40" máximo cada uno.
- (3) spot y/o menciones en radios de alcance nacional y/o regional nacional de 40" máximo.
- Pauta publicitaria en internet (digital) a través de banners y los spots de TV.





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"
 "Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"

Inversión publicitaria proyectada: S/ 3'200,000.00 (tres millones doscientos mil y 00/100 nuevos soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Octubre – Diciembre 2015

Nombre de la campaña: Simulacros Nacionales Escolares

Oficina responsable: Oficina de Defensa Nacional y de Gestión del Riesgo de Desastres (ODENAGED)

Público objetivo:

Director, docentes, alumnos y especialistas de las UGEL y DRE.

Objetivo: Fortalecer la cultura preventiva y de gestión del riesgo en la comunidad educativa ante amenazas regionales. Se busca promover el compromiso de los diferentes actores sociales y autoridades educativas para asegurar las condiciones favorables para saber afrontar adversidades naturales de acuerdo a la realidad regional y que sepan responder adecuadamente en caso de que la emergencia o desastre ocurra.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Se difundirán spots de televisión y radio de hasta 30 segundos de duración cada uno, priorizando la contratación de espacios publicitarios en los horarios y programas de mayor audiencia en los canales de señal abierta y las radioemisoras de cobertura nacional y/o regional, en espacios musicales e informativos.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de hasta S/ 2'850,000.00 (dos millones ochocientos cincuenta mil y 00/100 nuevos soles) los cuales serán ejecutados en los meses de abril, mayo, julio, octubre y noviembre.

Periodo de ejecución de la campaña: Serán ejecutados en los meses de abril, mayo, julio, octubre y noviembre del 2015.



Nombre de la campaña: Preparados ante Heladas y el Friaaje

Oficina responsable: Oficina de Defensa Nacional y de Gestión del Riesgo de Desastres (ODENAGED)

Público objetivo:

Padres de familia, docentes, comunidad y autoridades educativas de las zonas más vulnerables.

Objetivo: Informar a la comunidad educativa en general sobre las medidas preventivas para saber afrontar los fenómenos climatológicos que aquejan las zonas de sierra centro y sur del país, así como la selva con el descenso de temperatura y así evitar daños en la salud de la comunidad educativa.

Fortalecer la cultura preventiva y de gestión del riesgo en la comunidad educativa ante amenazas regionales. Se busca promover el compromiso de los diferentes actores sociales y autoridades educativas para asegurar las condiciones favorables para saber afrontar adversidades naturales de acuerdo a la realidad regional y que no se paralizen sus aprendizajes.



PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Se prevé difundir spots de radio y/o TV hasta 30" en emisoras radiales y canales televisivos con cobertura nacional y/o regional.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/ 200,000.00 (doscientos mil y 00/100 nuevos soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Se proyecta ejecutar la campaña entre los meses de mayo a julio del 2015.

V. Cronograma de ejecución

Nº	Tema	Oficina a Cargo	Período de ejecución	Medios a utilizar
1	Buen Inicio del Año Escolar 2015	OGC	Enero – Abril 2015	TV Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos
2	Inicio del Año Escolar 2015: Matrícula Escolar No Condicionada	OTEPA	Febrero 2015	Medios alternativos BTL
3	Buen Inicio del Año Escolar en Escuelas Seguras y Saludables	ODENAGED	Marzo – Abril 2015	TV Radio
4	Concursos Educativos 2015: espacios y oportunidades de aprendizaje en Secundaria	DES	Mayo – Agosto 2015	TV Radio Online Medios alternativos BTL
5	Acceso, permanencia y conclusión de la Educación Secundaria para el logro de aprendizajes y mejor calidad de vida	DES	Mayo – Diciembre 2015	TV Radio Online Medios alternativos BTL
6	Cero bullying, somos patas	DIGC	Marzo – Julio 2015	Radio Online Medios alternativos
7	Formación de directores y subdirectores	DIGC	Mayo – Setiembre 2015	Radio Online Medios impresos Medios alternativos
8	Convocatoria al III Concurso Nacional de Buenas Prácticas Docentes	DIGEDD	Julio – Setiembre 2015	Radio Online Medios alternativos



PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"

9	Bienestar Docente	DIGEDD	Abril – Noviembre 2015	Medios Impresos Online Medios alternativos
10	Evaluación de Ingreso a la Carrera Pública Magisterial	DIGEDD	Marzo – Diciembre 2015	Radio Online Medios impresos Medios alternativos
11	Evaluación de Acceso a Cargos Directivos en IE, DRE y UGEL	DIGEDD	Marzo – Diciembre 2015	Radio Online Medios impresos Medios alternativos
12	Implementación de la Ley de Reforma Magisterial	DIGEDD	Mayo – Diciembre 2015	TV Radio Online Medios alternativos
13	Palmas Magisteriales 2015	DIGEDD	Marzo – Diciembre 2015	Radio Medios impresos
14	Entrega de resultados de la Evaluación Censal de Estudiantes - ECE 2014	UMC	Abril – Agosto 2015	TV Radio Online
15	Campañas de Comunicación Social "Ejes de Gestión"	OGC	Primera Etapa: Febrero – Marzo 2015 Segunda Etapa: Abril – Junio 2015 Tercera Etapa: Julio – Diciembre 2015	TV Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos
16	Juegos Deportivos Escolares Nacionales 2015	DEFID	Agosto – Octubre 2015	Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos
17	El Plan de Fortalecimiento de la Educación Física y el Deporte Escolar Crece	DEFID	Mayo – Junio 2015	Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos
18	Evaluación Censal de Estudiantes - ECE 2015	UMC	Octubre – Diciembre 2015	TV Radio Online





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"

19	Simulacros Nacionales Escolares	ODENAGED	Abril – Noviembre 2015	TV Radio
20	Preparados ante Heladas y el Friaie	ODENAGED	Mayo – Julio 2015	TV Radio
21	Actividades del Minedu	OGC	Marzo – Julio 2015	TV Prensa Escrita Online Medios alternativos

VI. Inversión Publicitaria total proyectada 2015

Campaña Publicitaria	Monto en soles
Buen Inicio del Año Escolar 2015	6'920,000.00
Inicio del Año Escolar 2015: Matrícula Escolar No Condicionada	40,000.00
Buen Inicio del Año Escolar en Escuelas Seguras y Saludables	1'300,000.00
Concursos Educativos 2015: espacios y oportunidades de aprendizaje en Secundaria	400,000.00
Acceso, permanencia y conclusión de la Educación Secundaria para el logro de aprendizajes y mejor calidad de vida	980,000.00
Cero bullying, somos patas	1'700,000.00
Formación de directores y subdirectores	474,000.00
Convocatoria al III Concurso Nacional de Buenas Prácticas Docentes	600,000.00
Bienestar Docente	1'205,550.00
Evaluación de Ingreso a la Carrera Pública Magisterial	755,796.00
Evaluación de Acceso a Cargos Directivos en IE, DRE y UGEL	565,657.00
Implementación de la Ley de Reforma Magisterial	1'931,900.00
Palmas Magisteriales 2015	36,400.00
Entrega de resultados de la Evaluación Censal de Estudiantes - ECE 2014	1'600,000.00
Campañas de Comunicación Social "Ejes de Gestión" (Primera, Segunda y Tercera Etapa)	5'540,000.00
Juegos Deportivos Escolares Nacionales 2015	250,000.00
El Plan de Fortalecimiento de la Educación Física y el Deporte Escolar Crece	150,000.00
Evaluación Censal de Estudiantes - ECE 2015	3'200,000.00
Simulacros Nacionales Escolares	2'850,000.00
Preparados ante Heladas y el Friaie	200,000.00
Actividades del Minedu	1'500,000.00
TOTAL DE INVERSIÓN PUBLICITARIA 2015	32'199,303.00



OFICINA GENERAL DE COMUNICACIONES