



Resolución Ministerial

N° 306 - 2015 - MINEDU

Lima, 15 JUN. 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 las Resoluciones Ministeriales N°s 056-2015-MINEDU y 192-2015-MINEDU;

Que, a través del Informe N° 055-2015-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 "Aprendizajes Fundamentales para la Vida", "Modernización de la Gestión Educativa Descentralizada para la Mejora de los Aprendizajes", "Reforma Universitaria 2015", "Programa Educativo Radial La Escuela del Aire", "Programa La Buena Educación", "Fascículos Coleccionables", "Soporte Pedagógico", "Logros y Resultados Beca 18 - 2015" y "Convocatoria Beca 18 - 2016"; en virtud a lo señalado por la referida Oficina General, la Dirección General de Educación Superior Universitaria, la Dirección de Servicios Educativos en el Ámbito Rural, la Dirección General de Gestión Descentralizada, la Dirección de Educación Primaria y el Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo, a través del Informe bajo comentario, de los Memorandos N°s 059-2015-MINEDU/VMGP-DIGESU, 110-2015-MINEDU/VMGP-DIGEIBIRA-DISER, 115-2015-MINEDU/VMGI-DIGEGED, 630-2015-MINEDU/VMGP-DOGEBR-DEP y el Oficio N° 519-2015-MINEDU/VMGI-PRONABEC, respectivamente;

Que, mediante los Memorandos N°s 027-2015-MINEDU/SPE-OPEP-UPP, 174-2015-MINEDU/SPE-OPEP-UPP, 0223-2015-MINEDU/SPE-UPP, 0281-2015-MINEDU/SPE-OPEP-UPP, 297-2015-MINEDU/SPE-OPEP-UPP y 298-2015-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 General de Educación Superior Universitaria, la Dirección de Servicios Educativos en el Ámbito Rural, la Dirección General de Gestión Descentralizada y la Dirección de Educación Primaria cuentan con saldos presupuestales para desarrollar las campañas a las que se hace referencia en el considerando precedente; asimismo, mediante Informe N° 557-2015-MINEDU-PRONABEC-OPLA-UP, la Unidad de Presupuesto del Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo señala que el referido Programa cuenta con disponibilidad presupuestal para desarrollar las campañas citadas 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 las campañas "Buen Inicio del Año Escolar 2015", "Campañas de Comunicación Social "Ejes de Gestión" (Primera, Segunda y Tercera Etapa)", "Actividades Minedu", "Juegos Deportivos Escolares



Nacionales 2015”, “Plan de Fortalecimiento de la Educación Física y el Deporte Escolar Crece”, “Evaluación Censal de Estudiantes ECE 2015” y “Simulacros Nacionales Escolares”;

Que, mediante Memorandos N° 297-2015-MINEDU/SPE-OPEP-UPP y 301-2015-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 y la Dirección de Educación Física y Deporte, cuentan con saldos presupuestales para implementar las modificaciones al contenido de las campañas a su cargo, a las 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 las Resoluciones Ministeriales N°s 056-2015-MINEDU y 192-2015-MINEDU, a fin de incluir las campañas denominadas “Aprendizajes Fundamentales para la Vida”, “Modernización de la Gestión Educativa Descentralizada para la Mejora de los Aprendizajes”, “Reforma Universitaria 2015”. “Logros y Resultados Beca 18 – 2015”, “Convocatoria Beca 18 – 2016”, “Programa Educativo Radial La Escuela del Aire”, “Programa La Buena Educación”, “Fascículos Coleccionables” y “Soporte Pedagógico”; así como modificar el contenido de las campañas “Buen Inicio del Año Escolar 2015”, “Campañas de Comunicación Social “Ejes de Gestión” (Primera, Segunda y Tercera Etapa)”, “Actividades Minedu”, “Juegos Deportivos Escolares Nacionales 2015”, “Plan de Fortalecimiento de la Educación Física y el Deporte Escolar Crece”, “Evaluación Censal de Estudiantes ECE 2015” y “Simulacros Nacionales Escolares”.

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





Resolución Ministerial

N° 306 - 2015 - MINEDU

Lima, 15 JUN. 2015

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: 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.





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 difundirán anuncios en medios escritos y/o radiales de alcance nacional, web, redes sociales y publicidad exterior (anuncios en tren eléctrico y/o buses) en las etapas Macro Regional y Nacional. 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/. 550,000.00 (quinientos cincuenta mil con 00/100 nuevos soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Se proyecta ejecutar la campaña entre junio y noviembre 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/o radiales de alcance nacional, web, 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/. 50,000.00 (cincuenta mil con 00/100 nuevos soles).

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



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



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"

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.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/. 5'620 000.00 (Cinco millones seiscientos veinte mil y 00/100 nuevos soles).

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

Nombre de la campaña: Campañas de Comunicación Social "Ejes de Gestión"

Oficina responsable: Oficina General de Comunicaciones

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 los alcances de las políticas priorizadas del Ministerio de Educación en los cuatro ejes de gestión: aprendizajes, modernización, desarrollo docente e infraestructura para mantener informada a la población.

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; microprogramas y/o spots y/o menciones de radio 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/. 5'748,009.75 (cinco millones setecientos cuarenta y ocho mil nueve con 75/100 nuevos soles).

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

Esta campaña tiene 3 etapas:

Primera Etapa: A difundirse entre febrero y marzo del 2015.

Segunda Etapa: A difundirse entre junio y agosto del 2015.

Tercera Etapa: A difundirse entre agosto y diciembre del 2015.



Nombre de la campaña: Programa "La Buena Educación"

Oficina responsable: Oficina General de Comunicaciones.

Público objetivo: Padres y madres de familia, con hijos en escuelas públicas y privadas a nivel nacional. Hombres y mujeres de 26 a 50 años, NSE C, D y E.

Objetivo: Brindar orientación pedagógica a los padres de familia respecto a cómo ayudar a sus hijos en edad escolar a mejorar sus aprendizajes, resolver sus consultas y constituir un canal directo de comunicación entre el Ministerio de Educación y el público.



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: Espacio radial y televisivo de una hora a la semana en una radioemisora y un canal de tv con cobertura en Lima y diversas regiones del país, durante un máximo de 53 semanas. Así como spots de 30 segundos que promocionen el programa por radio y tv, promoción semanal en las redes sociales (Facebook y Twitter) y web de la misma radioemisora y/o medios alternativos.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/. 760,000.00 (Setecientos sesenta mil con 00/100 nuevos soles).

Periodo de difusión: Entre los meses de junio de 2015 y julio de 2016

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: 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/. 208,500.00 (doscientos ocho mil quinientos con 00/100 nuevos soles).

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

Nombre de la campaña: "Aprendizajes Fundamentales para la Vida"

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 los lineamientos del Ministerio de Educación en favor de los aprendizajes con el fin de fomentar el compromiso de la comunidad educativa en la obtención de una escuela que forme personas y ciudadanos capaces de entender, pensar y transformar la realidad de manera lúcida, autónoma y comprometida.

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 digitales. Los detalles de los medios y avisos se determinarán en el plan de medios.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/. 612,222.00 (seiscientos doce mil doscientos veintidós con 00/100 nuevos soles).





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"

Periodo de ejecución de la campaña: Se proyecta la difusión de la campaña entre los meses de junio del 2015 y febrero del 2016.

Nombre de la campaña: "Reforma Universitaria 2015"

Oficina responsable: Dirección General de Educación Superior Universitaria

Público objetivo:

- Estudiantes de universidades públicas y privadas.
- Estudiantes de 4to y 5to de secundaria de escuelas públicas y/o privadas.
- Padres de familia con hijos universitarios, en 4to y 5to de secundaria.
- Docentes y autoridades de universidades públicas y privadas.

Objetivo:

Difundir los principales alcances y beneficios de la Reforma Universitaria que el Ministerio de Educación está emprendiendo como rector de la Política de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior Universitaria. Asimismo, motivar a los estudiantes para que se conviertan en actores vigилantes de la mejora de la calidad de su institución.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Spots y/o menciones de radio 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/. 350,900.00 (trescientos cincuenta mil novecientos con 00/100 nuevos soles).

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

Nombre de la campaña: "Logros y resultados Beca 18 – 2015"

Oficina responsable: Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo

Público objetivo: Peruanos y peruanas de todo el país con énfasis en jóvenes e influenciadores (padres de familia y/o docentes) que repliquen la labor del estado peruano y que fomente la toma de decisiones de los interesados a la hora de postular.

Objetivo: Dar a conocer las acciones y alcances realizados por el estado peruano en materia de becas, para ofrecer una oportunidad para desarrollarse a jóvenes y profesionales que por motivos económicos no pueden estudiar.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Spots y/o menciones en televisión a nivel regional y/o local de hasta 30" segundos; spots y/o menciones de radio a nivel nacional y/o regional y/o local de hasta 30" segundos; avisos en prensa escrita y revistas a nivel nacional y/o regional y/o local; avisos en medios virtuales. Asimismo, se utilizarán medios alternativos para fortalecer la comunicación y los mensajes de la campaña.





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/. 200,000.00 (Doscientos mil con 00/100 nuevos soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Entre los meses de junio a agosto de 2015.

Nombre de la campaña: "Convocatoria Beca 18 – 2016"

Oficina responsable: Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo

Público objetivo: Peruanos y peruanas de 16 a 22 años de NSE D y E de todo el país con alto rendimiento académico durante la etapa escolar y que por su condición de pobreza y pobreza extrema no tienen acceso a estudios superiores técnicos y/o universitarios. Asimismo, padres de familia y/o docentes que tienen influencia en la decisión de los jóvenes.

Objetivo: Difundir e informar de manera detallada acerca de los procesos de postulación a la beca al público en general, así como incrementar el interés de los jóvenes a postular.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Spots y/o menciones en televisión a nivel regional y/o local de hasta 30" segundos; spots y/o menciones de radio a nivel nacional y/o regional y/o local de hasta 30" segundos; avisos en prensa escrita y revistas a nivel nacional y/o regional y/o local; avisos en medios virtuales. Asimismo, se utilizarán medios alternativos para fortalecer la comunicación y los mensajes de la campaña.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/. 600,000.00 (Seiscientos mil 00/100 nuevos soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Entre los meses de setiembre a diciembre de 2015.

Nombre de la campaña: "Programa Educativo Radial La Escuela del Aire"

Oficina responsable: Dirección de Servicios Educativos en el Ámbito Rural

Público objetivo: Maestros, maestras, padres y madres de familia, autoridades educativas y comunidad en general de las circunscripciones de la UGEL o DRE: Bagua, Huaraz, Carhuaz, Apurímac, Andahuaylas, Chincheros, Arequipa, Ayacucho, San Ignacio, La Convención, Huancavelica, Huánuco, Junín, Pangoa, Santiago de Chuco, Ferreñafe, Maynas, Alto Amazonas - Yurimaguas, Mariscal Ramón Castilla, Tambopata, Puerto Bermúdez, Puno, Mariscal Cáceres, Lamas, Tacna, Ucayali, Tumbes, Ica y Moquegua.

Objetivo: Lograr que La Escuela del Aire cumpla un rol significativo en la mejora de los aprendizajes generados en la escuela, en el reconocimiento de la diversidad cultural y en el uso de las lenguas originarias, que demandan de la comprensión y el acompañamiento de una opinión pública favorable. También que contribuya a la transparencia de la información y al cumplimiento de las políticas generadas por el sector.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: El programa radial se difundirá una vez por semana mediante una radioemisora de alcance local, a través de ondas radiales y la transmisión en vivo desde su página web (en caso cuente con una) en 26 sedes focalizadas a nivel nacional.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión anual de S/. 146,500.00 (Ciento cuarenta y seis mil quinientos con 00/100 nuevos soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Se proyecta la emisión del programa radial entre el mes de mayo y el mes de diciembre del año 2015.





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"

Nombre de la campaña: "Modernización de la Gestión Educativa Descentralizada para la mejora de los aprendizajes".

Oficina responsable: Dirección General de Gestión Descentralizada

Público objetivo: Comunidad educativa y opinión pública de los NSE A, B, C, D, E.

Objetivo: Posicionar en la comunidad la mejora de la gestión de las UGEL, como una instancia que mejora los servicios educativos como un factor clave para la mejora de los aprendizajes.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Se elaborará un spot de hasta 40 segundos para difusión en radio de alcance nacional.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/. 499,671.00 (Cuatrocientos noventa y nueve mil seiscientos setenta y uno con 00/100 nuevos soles).

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

Nombre de la campaña: Fascículos coleccionables

Oficina responsable: Dirección de Educación Primaria (DEP)

Público objetivo:
Padres de familia.
Líderes de opinión.

Objetivo: Promover la participación de madres y padres de familia en el desarrollo de las competencias y capacidades del currículo nacional a través de prácticos y dinámicos consejos para que generen situaciones de aprendizaje con sus hijos e hijas en su vida cotidiana.

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; microprogramas y/o spots y/o menciones de radio 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/ 2'000,000.00 (dos millones con 00/100 nuevos soles).

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



Nombre de la campaña: Soporte Pedagógico

Oficina responsable: Dirección de Educación Primaria (DEP)



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"

Público objetivo:

- Comunidad educativa (docentes, equipos directivos, madres y padres de familia, autoridades locales) en 15 regiones focalizadas: Ayacucho, Apurímac, Cajamarca, Cusco, Huancavelica, Ica, La Libertad, Lambayeque, Lima Metropolitana, Lima Provincias, Loreto, Madre de Dios, Piura, San Martín, Ucayali.

Objetivo: Impulsar la participación de la comunidad educativa (docentes, equipos directivos, madres y padres de familia, autoridades locales) de las 15 regiones focalizadas en las cuatro líneas de acción de Soporte Pedagógico.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Microprogramas y/o spots y/o menciones de radio 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 agosto y diciembre 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, y 2do grado de secundaria, y promover la participación activa de toda la comunidad educativa.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar:

- (2) spot y/o menciones en televisión a nivel nacional de 40" máximo cada uno.
- (2) 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.

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)





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"

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 radio de hasta 30 segundos en espacios musicales e informativos de alcance nacional y/o regional, así como menciones de TV de hasta 30 segundos en espacios publicitarios de impacto. Asimismo se hará la difusión en medios online.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de hasta S/ 1'020,000.00 (un millón veinte mil y 00/100 nuevos soles) los cuales serán ejecutados en los meses de julio, octubre y noviembre.

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





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"

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	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	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
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





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"

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: Junio – Agosto 2015 Tercera Etapa: Agosto – Diciembre 2015	TV Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos
16	Juegos Deportivos Escolares Nacionales 2015	DEFID	Junio – Noviembre 2015	Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos
17	El Plan de Fortalecimiento de la Educación Física y el Deporte Escolar Crece	DEFID	Junio – Diciembre 2015	Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos
18	Evaluación Censal de Estudiantes – ECE 2015	UMC	Octubre – Diciembre 2015	TV Radio Online
19	Simulacros Nacionales Escolares	ODENAGED	Abril – Noviembre 2015	TV Radio Online
20	Preparados ante Heladas y el Friaaje	ODENAGED	Mayo – Julio 2015	TV Radio
21	Actividades del Minedu	OGC	Junio - Diciembre 2015	Prensa Escrita 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"

22	Aprendizajes Fundamentales para la Vida	OGC	Junio 2015 Febrero 2016	TV Online
23	Modernización de la Gestión Educativa Descentralizada para la mejora de los aprendizajes	DIGEGED	Junio – Setiembre 2015	Radio
24	Reforma Universitaria 2015	DIGESU	Mayo – Diciembre 2015	Radio Prensa Escrita Online
25	Logros y resultados Beca 18 – 2015	PRONABEC	Junio – Agosto 2015	TV Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos
26	Convocatoria Beca 18 – 2016	PRONABEC	Setiembre – Diciembre 2015	TV Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos
27	Programa Educativo Radial La Escuela del Aire	DIGEIBIRA	Mayo – Diciembre 2015	Radio
28	Programa La Buena Educación	OGC	Junio 2015 – Julio 2016	TV Radio Online Medios alternativos
29	Fascículos coleccionables	DEP	Junio – Setiembre 2015	TV Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos
30	Soporte Pedagógico	DEP	Agosto – Diciembre 2015	Radio Prensa Escrita 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"

VI. Inversión Publicitaria total proyectada 2015

Campaña Publicitaria	Monto en soles
Buen Inicio del Año Escolar 2015	5'620,000.00
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)	5'748,009.75
Juegos Deportivos Escolares Nacionales 2015	550,000.00
El Plan de Fortalecimiento de la Educación Física y el Deporte Escolar Crece	50,000.00
Evaluación Censal de Estudiantes – ECE 2015	3'200,000.00
Simulacros Nacionales Escolares	1'020,000.00
Preparados ante Heladas y el Friaje	200,000.00
Actividades del Minedu	208,500.00
Aprendizajes Fundamentales para la Vida	612,222.00
Modernización de la Gestión Educativa Descentralizada para la mejora de los aprendizajes	499,671.00
Reforma Universitaria 2015	350,900.00
Logros y resultados Beca 18 – 2015	200,000.00
Convocatoria Beca 18 – 2016	600,000.00
Programa Educativo Radial La Escuela del Aire	146,500.00
Programa La Buena Educación	760,000.00
Fascículos coleccionables	2'000,000.00
Soporte Pedagógico	1'500,000.00
TOTAL DE INVERSIÓN PUBLICITARIA 2015	34'855,105.75



OFICINA GENERAL DE COMUNICACIONES