



# Resolución Ministerial

N° 421 - 2015 MINEDU

Lima, 26 AGO. 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, 192-2015-MINEDU y 306-2015-MINEDU;

Que, a través del Informe N.° 064-2015-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 "Campañas en Mercados de Lima Metropolitana: En Inicial aprendemos Jugando", "2da. Temporada de Cursos de Extensión 2015", "Aniversario 48° de la ENSB", "Admisión a Formación Artística Temprana – FAT 2016" y "Admisión a Formación Artística Superior – FAS 2016"; en virtud a lo señalado por la Dirección de Educación Inicial de la Dirección de Educación Básica Regular, la Escuela Nacional Superior de Ballet y la Dirección General de Educación Técnico-Productiva y Superior Tecnológica y Artística, a través de los Memorandos N.°s 852-2015-MINEDU/VMGP-DIGEBR-DEI, 527-2015-MINEDU/VMGP-DIGESUTPA y del Oficio N° 248-2015-ENSB, respectivamente;

Que, mediante el Memorando N° 353-2015-MINEDU/SPE-OPEP-UPP y el Oficio N° 246-2015-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 Dirección de Educación Inicial de la Dirección de Educación Básica Regular y la Escuela Nacional Superior de Ballet 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 las campañas denominadas "Campañas de Comunicación Social "Ejes de Gestión" (Primera, Segunda y Tercera Etapa)", "Modernización de la Gestión Educativa Descentralizada para la mejora de los aprendizajes", "Cero bullying, somos patas", "Formación de directores y subdirectores" y "Logros y resultados Beca 18 - 2016";

Que, mediante Oficio N° 191-2015-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 Dirección General de Calidad de la Gestión Escolar, cuenta con saldo presupuestal para implementar la modificación al contenido de la campaña a su cargo, a la que se hace referencia en el considerando precedente;



Que, en tal sentido, resulta 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 Único.-** 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, 192-2015-MINEDU y 306-2015-MINEDU, a fin de incluir las campañas denominadas "Campañas en Mercados de Lima Metropolitana: En Inicial aprendemos Jugando", "2da. Temporada de Cursos de Extensión 2015", "Aniversario 48° de la ENSB", "Admisión a Formación Artística Temprana – FAT 2016" y "Admisión a Formación Artística Superior- FAS 2016"; así como modificar el contenido de las campañas denominadas "Campañas de Comunicación Social "Ejes de Gestión" (Primera, Segunda y Tercera Etapa)", "Modernización de la Gestión Educativa Descentralizada para la mejora de los aprendizajes", "Cero bullying, somos patas", "Formación de directores y subdirectores" y "Logros y resultados Beca 18 - 2016".

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

Regístrese y comuníquese.



*Jaime Saavedra Chanduvi*  
JAIME SAAVEDRA CHANDUVÍ  
Ministro de Educación



"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:** 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





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"

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 de 2015.

Segunda Etapa: A difundirse entre agosto y octubre de 2015.

Tercera Etapa: A difundirse entre octubre y diciembre de 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 de desarrollo a jóvenes y profesionales que por motivos económicos no pueden estudiar una carrera profesional.

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

**Periodo de ejecución de la campaña:** Entre los meses de octubre y noviembre de 2015.

### **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:** Usuarios de la UGEL (directores y docentes).

**Objetivo:** Posicionar 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 utilizará medios alternativos (BTL, activaciones y otros) para posicionar los principales 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/. 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 setiembre y diciembre de 2015.

### **Nombre de la campaña: "Formación de directores y subdirectores"**

**Oficina responsable:** Dirección General de Calidad de la Gestión Escolar - DIGC

**Público objetivo:** Directores, comunidad educativa, sociedad civil.

**Objetivo:** Dar a conocer a la opinión pública el trabajo que viene realizando el Minedu por revalorar el rol del directivo a través del programa de formación de Directivos. Persuadir a los directivos para que participen del Programa de Formación, el mismo que los beneficiará no solamente en el ámbito personal sino también laboral.

**Medios y plataformas de comunicación a utilizar:** Se utilizarán spots y/o menciones de radio a nivel nacional, regional y/o local de hasta 40" segundos. Avisos de diversos formatos en medios impresos. Medios virtuales. 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:** S/. 835,000.00 (ochocientos treinta y cinco mil y 00/100 nuevos soles).

**Periodo de difusión:** Entre setiembre y noviembre de 2015.

### **Nombre de la campaña: "Cero bullying, somos patas"**

**Oficina responsable:** Dirección General de Calidad de la Gestión Escolar - DIGC

**Público objetivo:**

Hombres y Mujeres de 26 años a más de todos los N.S.E.

Hombres y Mujeres de 11 a 18 años de todos los N.S.E.

**Objetivo:** Generar una corriente de opinión que desnaturalice la violencia escolar e involucre a padres, madres y especialmente a escolares, en una cultura de prevención.

**Medios y plataformas de comunicación a utilizar:**

Se utilizarán spots y/o microprogramas y/o menciones de radio a nivel nacional y/o regional y/o local de hasta 60" segundos. Medios virtuales. 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:** S/. 1'700,000.00 (Un millón setecientos mil y 00/100 nuevos soles).

**Periodo de difusión:** Entre julio y octubre de 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: Campaña en mercados de Lima Metropolitana: "En inicial aprendemos jugando"**

**Oficina responsable:** Dirección de Educación Inicial

**Público objetivo:**

- Padres y madres de familia con hijos e hijas entre 3 y 5 años.

**Objetivo:** Dar a conocer la importancia de la Educación Inicial entre los padres y madres de familia con hijos entre 3 y 5 años de los distritos focalizados, brindándoles información sobre los servicios educativos de inicial y el nuevo enfoque de enseñanza donde los niños y niñas aprenden jugando, para lograr incrementar el porcentaje de asistencia en educación inicial.

**Medios y plataformas de comunicación a utilizar:** Activaciones BTL en mercados de Lima Metropolitana, spots en radio mercados de hasta 60" segundos.

**Inversión publicitaria proyectada:** Se ha previsto una inversión de S/. 275,825.00 (doscientos setenta y cinco mil ochocientos veinticinco 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: "2da Temporada de Cursos de Extensión 2015"**

**Oficina responsable:** Dirección de Producción y Difusión de Actividades - ESNB

**Público objetivo:**

- Madres y padres de familia con hijas e hijos entre los 5 a 12 años, adolescentes y jóvenes entre 15 a 25 años NSE: B y C

**Objetivo:** Dar a conocer las fechas de inscripción para la segunda temporada de cursos libres de la Escuela Nacional Superior de Ballet - ENSB

**Medios y plataformas:** ATL, paraderos (5 elementos), BTL, medios digitales: redes sociales y web.

**Inversión publicitaria proyectada:** Se ha previsto una inversión de hasta S/. 4,779.00 (Cuatro mil setecientos setenta y nueve con 00/100 nuevos soles).

**Periodo de difusión:** Será ejecutado en el mes de agosto 2015

### **Nombre de la campaña: "Aniversario 48° de la ENSB"**

**Oficina responsable:** Dirección de Producción y Difusión de Actividades - ESNB

**Público objetivo:** Todos





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"

**Objetivo:** Invitar al público en general a la función del 48° Aniversario de la ENSB

**Medios y plataformas:** ATL, muros (7 muros elementos), BTL, medios digitales: redes sociales y web.

**Inversión publicitaria proyectada:** Se ha previsto una inversión de hasta S/. 7,021.00 (Siete mil veintiuno con 00/100 nuevos soles).

**Periodo de difusión:** Será ejecutado en el mes de octubre 2015

**Nombre de la campaña: "Admisión a Formación Artística Temprana - FAT 2016"**

**Oficina responsable:** Dirección de Producción y Difusión de Actividades - ESNB

**Público objetivo:**

- Madres y padres de familia, hijos e hijas entre los 9 y 12 años NSE: B y C

**Objetivo:** Dar a conocer las fechas de inscripción y de exámenes para las carreras semi profesionales en danza clásica, además de motivar a los niños para postular.

**Medios y plataformas:** ATL, muros (9 elementos), BTL, medios digitales: redes sociales y web.

**Inversión publicitaria proyectada:** Se ha previsto una inversión de hasta S/. 9,027.00 (Nueve mil veintisiete con 00/100 nuevos soles)

**Periodo de difusión:** Será ejecutado en el mes de diciembre 2015

**Nombre de la campaña: "Admisión a Formación Artística Superior - FAS 2016"**

**Oficina responsable:** Dirección de Producción y Difusión de Actividades - ESNB

**Público objetivo:**

- Jóvenes de ambos sexos con edades entre 15 a 20 años, NSE: B y C

**Objetivo:** Motivar a los jóvenes a postular a nuestras carreras profesionales por medio de un mensaje inspirador.

**Medios y plataformas:** ATL, muros (10), paraderos (5), BTL, medios digitales: redes sociales y web.

**Inversión publicitaria proyectada:** Se ha previsto una inversión de hasta S/. 14,809.00 (Catorce mil ochocientos nueve con 00/100 nuevos soles)

**Periodo de difusión:** Será ejecutado en el mes de febrero 2016





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

N°	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	Julio – Octubre 2015	Radio Online Medios alternativos
7	Formación de directores y subdirectores	DIGC	Setiembre – Noviembre 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: Agosto – Octubre 2015 Tercera Etapa: Octubre – 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	Setiembre – Diciembre 2015	Medios alternativos BTL
24	Reforma Universitaria 2015	DIGESU	Mayo – Diciembre 2015	Radio Prensa Escrita Online
25	Logros y resultados Beca 18 – 2015	PRONABEC	Octubre – Noviembre 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
31	Campaña en mercados de Lima Metropolitana: "En inicial aprendemos jugando".	DEI	Agosto – Diciembre 2015	Medios alternativos BTL
32	2da Temporada de cursos de extensión 2015	ENSB - DIGESUTPA	Agosto 2015	Online Medios alternativos BTL
33	Aniversario 48° de la ENSB	ENSB - DIGESUTPA	Octubre 2015	Online Medios alternativos BTL
34	Admisión a Formación Artística Temprana - FAT 2016	ENSB - DIGESUTPA	Diciembre 2015	Online Medios alternativos BTL





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"

35	Admisión a Formación Artística Superior - FAS 2016	ENSB - DIGESUTPA	Febrero 2016	Online Medios alternativos BTL
----	--	------------------	--------------	--------------------------------

## VI. Inversión Publicitaria total proyectada 2015

Campana 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	835,000.00
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





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"

Campaña en mercados de Lima Metropolitana: "En inicial aprendemos jugando"	275,825.00
2da Temporada de cursos de extensión 2015	4,779.00
Aniversario 48° de la ENSB	7,021.00
Admisión a Formación Artística Temprana - FAT 2016	9,027.00
Admisión a Formación Artística Superior - FAS 2016	14,809.00
<b>TOTAL DE INVERSIÓN PUBLICITARIA 2015</b>	<b>35'527,566.75</b>

OFICINA GENERAL DE COMUNICACIONES

