



Resolución Ministerial

N° 501 - 2015 - MINEDU

Lima, 29 OCT. 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, 306-2015-MINEDU y 421-2015-MINEDU;

Que, a través del Informe N.° 074-2015-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 "Matrícula no condicionada, en el marco del Buen Inicio del Año Escolar 2016 (Matrícula Escolar sin Condiciones)", "Proceso Único de Admisión a los Colegios de Alto Rendimiento para el Año Lectivo 2016" y "Plataforma web del IDENTICOLE"; en virtud a lo señalado por la Oficina General de Transparencia, Ética Pública y Anticorrupción, la Dirección General de Servicios Educativos Especializados y la Dirección General de Calidad de la Gestión Escolar, a través de los Memorandos N.°s 399-2015-MINEDU/SG-OTEPA, 1910-2015-MINEDU/VMGP-DIGESE y 1411-2015-MINEDU/VMGI-DIGC, respectivamente;

Que, mediante Oficios N.°s 290-2015-MINEDU/SPE-OPEP-UPP, 292-2015-MINEDU/SPE-OPEP-UPP y Memorandum N.° 638-2015-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 Básica para Estudiantes con Desempeño Sobresaliente y Alto Rendimiento de la Dirección General de Servicios Educativos Especializados, la Dirección General de Calidad de la Gestión Escolar y la Oficina General de Transparencia, Ética Pública y Anticorrupción 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 modificar el contenido de las campañas denominadas "Campañas de Comunicación Social "Ejes de Gestión" (Primera, Segunda y Tercera Etapa)", "Aprendizajes Fundamentales para la Vida", "Cero Bullying, somos patas" y "Formación de Directores y Subdirectores"; y retirar la campaña denominada "Modernización de la Gestión Educativa Descentralizada para la Mejora de los Aprendizajes";

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



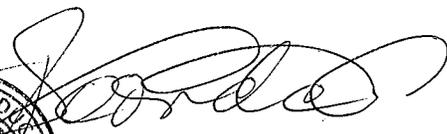
regula la publicidad estatal; y el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Educación, aprobado mediante Decreto Supremo N° 001-2015-MINEDU;

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, 306-2015-MINEDU y 421-2015-MINEDU, a fin de incluir las campañas denominadas "Matrícula no condicionada, en el marco del Buen Inicio del Año Escolar 2016 (Matrícula Escolar sin Condiciones)", "Proceso Único de Admisión a los Colegios de Alto Rendimiento para el Año Lectivo 2016" y "Plataforma web del IDENTICOLE"; modificar el contenido de las campañas denominadas "Campañas de Comunicación Social "Ejes de Gestión" (Primera, Segunda y Tercera Etapa)", "Aprendizajes Fundamentales para la Vida", "Cero Bullying, somos patas" y "Formación de Directores y Subdirectores"; así como, retirar la campaña denominada "Modernización de la Gestión Educativa Descentralizada para la Mejora de los Aprendizajes".

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 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: 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 octubre y diciembre de 2015.

Tercera Etapa: A difundirse entre noviembre y diciembre de 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 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).

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

Nombre de la campaña: "Matricula no condicionada, en el marco del Buen Inicio del Año Escolar 2016 (Matrícula escolar sin condiciones)"

Oficina responsable: Oficina General de Transparencia, Ética Pública y Anticorrupción - OTEPA

Público objetivo:

- Padres y madres de familia de escuelas públicas y/o privadas.
- Estudiantes de escuelas públicas y/o privadas.
- Docentes y directores de escuelas públicas y/o privadas y opinión pública.

Objetivo: Con la finalidad de garantizar el ejercicio irrestricto del derecho a la educación, el cual, en las instituciones educativas públicas, es gratuito y no debe de estar condicionado a pago o acción alguna que la obstaculice, y que los actores involucrados en el proceso educativo así como los integrantes de la comunidad educativa reflexionen e interioricen que la educación, aparte de un servicio público, es un derecho fundamental inherente a la persona que le permite la vida plena en sociedad y el ejercicio de su dignidad.





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"

La OTEPA necesita informar a los padres y madres de familia, estudiantes, comunidad y autoridades educativas de Lima Metropolitana y de la Región La Libertad, provincia de Trujillo sobre la importancia de la matrícula escolar, a fin que conozcan e identifiquen aquellas conductas que vulneren la accesibilidad y gratuidad de la misma.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Se utilizarán medios alternativos como el BTL, a través de cuatro (04) activaciones en mercados se busca reforzar la comunicación y los principales mensajes de la campaña en la Región La Libertad (provincia de Trujillo) y en Lima Metropolitana.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/. 120,000.00 (ciento veinte mil con 00/100 nuevos soles).

Periodo de difusión: Se proyecta la difusión de la campaña entre los meses de noviembre y diciembre de 2015.

Nombre de la campaña: Proceso Único de Admisión a los Colegios de Alto Rendimiento para el Año Lectivo 2016

Oficina responsable: Dirección General de Servicios Educativos Especializados - DIGESE

Público objetivo:

Estudiantes del segundo grado de educación secundaria de las escuelas públicas.

Objetivo: Promover el proceso único de admisión a los Colegios de Alto Rendimiento a nivel de la comunidad educativa e incentivar a los estudiantes que reúnen los requisitos para que postulen a los COAR.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar:

- Spots de radio a nivel nacional de hasta 60" segundos.
- Redes sociales por el periodo de un mes.

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

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/. 125,000.00 (ciento veinticinco mil y 00/100 nuevos soles).

Periodo de difusión: Se proyecta la difusión de la campaña entre los meses de diciembre de 2015 y enero 2016.



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.



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/. 1'700,000.00 (Un millón setecientos mil y 00/100 nuevos soles).

Periodo de difusión: Entre julio y noviembre 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 diciembre de 2015.

Nombre de la campaña: Plataforma Web del IDENTICOLE

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

Público objetivo:
Padres de familia.

Objetivo: Convertir el portal web del IDENTICOLE en un referente informativo seguro y útil que permita a los padres de familia elegir mejor el colegio en el que estudiarán sus hijos.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar:
Se prevé difundir espacios publicitarios en diversas plataformas digitales estratégicas.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de hasta S/. 50,000.00 (cincuenta mil y 00/100 nuevos soles) los cuales serán ejecutados en los meses de octubre a diciembre.

Periodo de difusión: Será ejecutada en los meses de octubre a diciembre 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"

V. Cronograma de ejecución

Nº	Tema	Oficina a Cargo	Periodo 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	OPEPA	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 – Noviembre 2015	Radio Online Medios alternativos
7	Formación de directores y subdirectores	DIGC	Setiembre – Diciembre 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: Octubre – Diciembre 2015 Tercera Etapa: Noviembre – 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 Frijaje	ODENAGED	Mayo – Julio 2015	TV Radio
21	Actividades del Minedu	OGC	Junio - Diciembre 2015	Prensa Escrita Online Medios alternativos
22	Aprendizajes Fundamentales para la Vida	OGC	Junio 2015 Marzo 2016	TV Online
23	Reforma Universitaria 2015	DIGESU	Mayo – Diciembre 2015	Radio Prensa Escrita 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"

24	Logros y resultados Beca 18 - 2015	PRONABEC	Octubre - Noviembre 2015	TV Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos
25	Convocatoria Beca 18 - 2016	PRONABEC	Setiembre - Diciembre 2015	TV Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos
26	Programa Educativo Radial La Escuela del Aire	DIGEIBIRA	Mayo - Diciembre 2015	Radio
27	Programa La Buena Educación	OGC	Junio 2015 - Julio 2016	TV Radio Online Medios alternativos
28	Fascículos coleccionables	DEP	Junio - Setiembre 2015	TV Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos
29	Soporte Pedagógico	DEP	Agosto - Diciembre 2015	Radio Prensa Escrita Online Medios alternativos
30	Campaña en mercados de Lima Metropolitana: "En inicial aprendemos jugando".	DEI	Agosto - Diciembre 2015	Medios alternativos BTL
31	2da Temporada de cursos de extensión 2015	ENSB - DIGESUTPA	Agosto 2015	Online Medios alternativos BTL
32	Aniversario 48° de la ENSB	ENSB - DIGESUTPA	Octubre 2015	Online Medios alternativos BTL
33	Admisión a Formación Artística Temprana - FAT 2016	ENSB - DIGESUTPA	Diciembre 2015	Online Medios alternativos BTL
34	Admisión a Formación Artística Superior - FAS 2016	ENSB - DIGESUTPA	Febrero 2016	Online Medios alternativos BTL
35	Matrícula no condicionada, en el marco del Buen Inicio del Año Escolar 2016 (Matrícula escolar sin condiciones)"	OTEPA	Noviembre - Diciembre 2015	Medios alternativos BTL
36	Proceso Único de Admisión a los Colegios de Alto Rendimiento para el Año Lectivo 2016	DIGESE	Diciembre 2015 - Enero 2016	Radio Online Redes Sociales
37	Plataforma Web del IDENTICOLE	DIGC	Octubre - Diciembre 2015	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"

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	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 Frijaje	200,000.00
Actividades del Minedu	208,500.00
Aprendizajes Fundamentales para la Vida	612,222.00
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
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
Matrícula no condicionada, en el marco del Buen Inicio del Año Escolar 2016 (Matrícula escolar sin condiciones)	120,000.00
Proceso Único de Admisión a los Colegios de Alto Rendimiento para el Año Lectivo 2016	125,000.00
Plataforma Web del IDENTICOLE	50,000.00
TOTAL DE INVERSIÓN PUBLICITARIA 2015	35'322,895.75



OFICINA GENERAL DE COMUNICACIONES