



Resolución Ministerial

N° 702 - 2016 - MINEDU

Lima, 30 DIC. 2016

Visto, el Plan de Estrategia Publicitaria 2017 del Ministerio de Educación elaborado por la Oficina General de Comunicaciones, y;

CONSIDERANDO:

Que, son objetivos de la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, 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, así como fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos para la contratación de los servicios antes señalados;

Que, el artículo 3 de la referida Ley establece que, bajo responsabilidad del Titular del Pliego, para la realización de publicidad estatal, se deberá contar, entre otros, con un Plan de Estrategia Publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales y con un Proyecto de Presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas institucionales y comerciales que se pretendan llevar a cabo;

Que, mediante el Informe N° 033-2016-MINEDU/SG-OGC-OCOM-JLQDC, la Oficina General de Comunicaciones remite el Plan de Estrategia Publicitaria 2017 del Ministerio de Educación para su aprobación respectiva, el mismo que detalla las nuevas campañas publicitarias de información y difusión de las acciones y propuestas relacionadas a las políticas educativas priorizadas en el Sector Educación a realizarse durante el año 2017;

Que, mediante los Memorandos N°s 964-2016-MINEDU/SPE-OPEP-UPP, 977-2016-MINEDU/SPE-OPEP-UPP, 992-2016-MINEDU/SPE-OPEP-UPP y 994-2016-MINEDU/SPE-OPEP-UPP, y los Oficios N°s 716-2016-MINEDU/SPE-OPEP-UPP, 717-2016-MINEDU/SPE-OPEP-UPP, 775-2016-MINEDU/SPE-OPEP-UPP, 782-2016-MINEDU/SPE-OPEP-UPP, 783-2016-MINEDU/SPE-OPEP-UPP y 793-2016-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 Servicios Educativos Especializados, la Dirección de Evaluación Docente, la Dirección de Promoción del Bienestar y Reconocimiento Docente, la Oficina de Medición de la Calidad de los Aprendizajes, la Oficina de Defensa Nacional y de Gestión del Riesgo de Desastres, la Dirección General de Educación Básica Alternativa, Intercultural Bilingüe y de Servicios Educativos en el Ámbito Rural, la Dirección General de Educación Superior Universitaria y la Dirección General de Calidad de la Gestión Escolar cuentan



con los recursos en el Presupuesto del Año Fiscal 2016, para atender el Plan de Estrategia Publicitaria 2017, en la Fuente de Financiamiento 1. Recursos Ordinarios, Específica de Gasto 2.3.2.2.4.1; asimismo, mediante Memorandum N° 261-2016-ENSB/DA/APP, la Escuela Nacional Superior de Ballet acredita contar con los recursos en el Presupuesto del Año Fiscal 2017 para financiar la campaña publicitaria a ejecutarse en el marco del Plan de Estrategia Publicitaria 2017;

Que, en tal sentido, es necesario aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria 2017 del Ministerio de Educación;

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.- Aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria 2017 del Ministerio de Educación, el mismo que como Anexo forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo 2.- Disponer que la Oficina General de Asesoría Jurídica publique la presente resolución 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.



Marilú Martens Cortés
MARILÚ MARTENS CORTÉS
Ministra de Educación



PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"
"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2017 DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"
"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

Plan de Estrategia Publicitaria 2017 del Ministerio de Educación

I. Justificación

El Ministerio de Educación tiene como misión garantizar derechos, asegurar servicios educativos de calidad y promover oportunidades deportivas a la población para que todos puedan alcanzar su potencial y contribuir al desarrollo de manera descentralizada, democrática, transparente y en función a resultados desde enfoques de equidad e interculturalidad.

Para cumplir esta misión, el Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2016 -2021 que identifica como prioridad del sector construir un sistema educativo de calidad y equitativo donde todos los peruanos tengan las oportunidades para desarrollar al máximo su potencial. Por ello centra la atención en dos aspectos claves. Primero, mejorar la calidad de la provisión del servicio educativo en los tres espacios educativos básicos para la generación de competencias y capacidades de los peruanos: la escuela, el instituto y la universidad. Segundo, implementar políticas diferenciadas basadas en el principio de igualdad de oportunidades, entendida, no como brindar a cada estudiante el mismo servicio, sino brindarle a cada estudiante las condiciones que este necesita para que pueda desarrollar al máximo y de forma integral su potencial, así esto implique servicios y costos diferenciados.

Bajo este contexto, alcanzar los objetivos del Ministerio de Educación, supone que los profesores, alumnos, padres de familia, y la población en general, se encuentren informados sobre las políticas educativas. Para tal fin, la Oficina General de Comunicaciones propone el Plan de Estrategia Publicitaria, la cual conforme al Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Educación, aprobado por Decreto Supremo N° 001-2015-MINEDU, conduce y coordina la difusión de las acciones y las políticas educativas del Ministerio.

El Plan de Estrategia Publicitaria 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.

El Plan de Estrategia Publicitaria 2017 que comprende las campañas publicitarias a cargo del Ministerio de Educación, ha sido elaborado en el marco de 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 2017, el mismo que se elabora acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; adecuándose también a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales.





"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"
"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

II. Objetivo General

Informar sobre la implementación de las políticas priorizadas del Minedu que se agrupan en cinco objetivos estratégicos: Incrementar **la equidad y la calidad de los aprendizajes** y del talento de los niños y adolescentes; garantizar una **oferta de educación superior** técnica y universitaria que cumpla con condiciones básicas de calidad; incrementar las **competencias docentes** para el efectivo desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje; mejorar la **seguridad, calidad y funcionalidad** de la infraestructura educativa y deportiva, así como de su mobiliario y equipamiento; e incrementar el desempeño y la capacidad de **gestión del sector** a nivel de instituciones educativas instancias intermedias y nacionales.

III. Objetivos Específicos

Incrementar la equidad y la calidad de los aprendizajes y del talento de los niños y adolescentes

Asegurar que los estudiantes de educación básica alcancen logros de aprendizaje que les permitan desarrollarse en el contexto en el cual se desenvuelven, de acuerdo al ciclo educativo o programa de formación que reciban.

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; asimismo, 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.

Garantizar una oferta de educación superior técnica y universitaria que cumpla con condiciones básicas de calidad

Garantizar a todos los jóvenes del país la oportunidad de acceder a un servicio educativo de calidad que forme profesionales y técnicos de manera integral, y que permita la producción de conocimiento, ligado a la innovación, ciencia y tecnología que contribuya a la solución de los problemas nacionales y a los desafíos del desarrollo sostenible.

Difundir los principales beneficios, acciones y proyectos desarrollados en el marco de la oferta de educación superior técnica y universitaria.

Incrementar las competencias docentes para el efectivo desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje

Identificar y desarrollar las habilidades y capacidades docentes que contribuyan al óptimo desempeño en el aula. Incrementar la calidad del servicio que los docentes ofrecen a los alumnos así como revalorizar la carrera docente de forma tal que sea atractiva para nuevos talentos y brinde condiciones laborales y de bienestar adecuadas.

Informar sobre la implementación de la Ley de Reforma Magisterial, que incluyen temas como: derechos, convocatorias de procesos de evaluación, salarios, entre otros; organización y desarrollo del concurso de buenas prácticas a fin de revalorar el rol del docente, a través de la visibilidad y replicabilidad de prácticas pedagógicas destacadas por sus resultados en los aprendizajes.





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"
"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

Mejorar la seguridad, calidad y funcionalidad de la infraestructura educativa y deportiva; así como de su mobiliario y equipamiento

Reconocer que la infraestructura educativa, así como su mobiliario y equipamiento, deben contar con las características de funcionalidad que permitan optimizar los aprendizajes en el aula educativa. En este sentido, se busca que la seguridad y calidad del espacio escolar contribuya con el desarrollo del proceso enseñanza – aprendizaje en todos los niveles educativos.

Informar a la comunidad educativa la construcción, implementación y equipamiento de nuevos locales escolares a fin de acceder a sus servicios.

Incrementar el desempeño y la capacidad de gestión del sector a nivel de instituciones educativas e instancias intermedias y nacionales

Fortalecer los procesos claves para la provisión de una educación de calidad lo cual implica: incrementar el desempeño de las instituciones educativas para incrementar la capacidad de provisión del servicio educativo bajo un liderazgo directivo, así como incrementar la capacidad de las instancias intermedias (Direcciones regionales de Educación y Unidades de Gestión Local) y las instancias nacionales (Ministerio de Educación y sus órganos adscritos), para implementar de manera efectiva las reformas y políticas públicas en materia educativa.

Promover una cultura de prevención y gestión del riesgo en la comunidad educativa, en distintos niveles de gobierno y la comunidad. Promover el compromiso y la capacitación constante para la mejora de la calidad de la educación entre los directivos de las escuelas.

IV. Campañas a incluir

Nombre de la campaña: “Buen Inicio del Año Escolar 2017”

Oficina responsable: Oficina General de Comunicaciones - OGC

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

Objetivos:

Brindar tips para el normal de desarrollo de la matrícula escolar.
Promover el compromiso de los diferentes actores de la comunidad educativa para garantizar las condiciones que faciliten el Buen Inicio del Año Escolar 2017.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Spots y/o banners y/o menciones en televisión a nivel nacional y/o regional y/o local de hasta 35” segundos; spots y/o menciones de radio a nivel nacional y/o regional y/o local de hasta 35” segundos. Avisos de diversos formatos en medios impresos. Internet y redes sociales. 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/ 5'550,000.00 (cinco millones quinientos cincuenta mil con 00/100 soles).

Periodo de difusión: Se realizará la difusión de la campaña entre los meses de enero y marzo de 2017.





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"
"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

Nombre de la campaña: Programa Radial Televisivo "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.

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.

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/ 900,000.00 (novecientos mil con 00/100 soles).

Periodo de difusión: Entre los meses de febrero de 2017 y marzo de 2018

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: Promover que la ciudadanía se informe y acceda a 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/ 450,000.00 (cuatrocientos cincuenta mil con 00/100 soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Se proyecta la difusión de la campaña entre los meses de enero y diciembre de 2017.





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"
"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

Nombre de la campaña: "Proceso Único de Admisión 2017 para los Colegios de Alto Rendimiento"

Oficina responsable: Dirección de Educación Básica para Estudiantes con Desempeño Sobresaliente y Alto Rendimiento - DEBESAR

Grupo Objetivo:

- Profesionales con experiencia en la dirección de instituciones educativas y que cumplan el perfil del gestor.
- Docentes por especialidades que sean educadores de formación y cuenten con experiencia en proyectos educativos.
- Padres de familia y estudiantes de segundo grado de secundaria de las IIEE públicas del país.

Objetivo: Incrementar el número de postulantes para estudiar en los Colegios de Alto Rendimiento.

Aumentar el número de postulantes para plazas de profesionales y especialistas en los COAR.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Radio a nivel nacional y/o regional y/o local, prensa escrita, internet y/o redes sociales.

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

Periodo de difusión: Se realizará la difusión de la campaña en enero de 2017.

Nombre de la campaña: "Concurso de Nombramiento y Contratación Docente 2017"

Oficina responsable: Dirección de Evaluación Docente - DIED

Público objetivo: Docentes titulados que no pertenecen a la Carrera Pública Magisterial

Objetivo: Difundir la convocatoria del concurso de nombramiento.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Spots de audio en programas de radio con alcance nacional y/o regional y/o local y/o pauta en medios digitales y/o uso de medios alternativos.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/ 800,000.00 (ochocientos mil con 00/100 soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Se realizará la difusión de la campaña en enero de 2017.





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"
"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

Nombre de la campaña: "Concurso de Ascenso en la Carrera Pública Magisterial 2017"

Oficina responsable: Dirección de Evaluación Docente - DIED

Público objetivo: Profesores de la Carrera Pública Magisterial y opinión pública.

Objetivo: Difundir la convocatoria para el concurso de ascenso 2017 e informar a la opinión pública sobre la Carrera Pública Magisterial.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Spots de audio en programas de radio con alcance nacional y/o regional y/o local y/o pauta en medios digitales y/o uso de medios alternativos.

Inversión publicitaria proyectada: Se proyecta una inversión de S/ 800,000.00 (ochocientos mil con 00/100 soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Se proyecta la realización de la campaña entre los meses de enero y junio de 2017.

Nombre de la campaña: "Campaña de Bienestar Docente"

Oficina responsable: Dirección de Promoción del Bienestar y Reconocimiento Docente - DIBRED

Público objetivo: Directores y docentes de escuelas públicas del país.

Objetivo: Informar a los directores y docentes de escuelas públicas de todo el país sobre las acciones de bienestar docente orientadas a las bajadas tácticas: Bono de Atracción, Beca Hijos de Docentes, Salud Docente y Somos Docentes en el marco de la implementación de la Ley de Reforma Magisterial que el Ministerio desarrolla como parte de la estrategia de revalorización docente.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Se utilizarán spots de radio de no más de 30 segundos en programas radiales, priorizando la contratación de espacios publicitarios en radioemisoras de cobertura nacional tanto musicales como informativas. Además, se hará uso de medios alternativos para reforzar la comunicación y el mensaje principal de las bajadas tácticas planteadas para el desarrollo anual, las cuales son hitos de la campaña de Bienestar Docente.

De manera complementaria se trabajará una pauta en redes sociales que consistirá en incrementar el alcance de las publicaciones de manera segmentada, proporcionando información de cada bajada táctica.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/ 450,000.00 (cuatrocientos cincuenta mil con 00/100 soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Se proyecta la difusión de la campaña entre los meses de febrero y julio de 2017.





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"
"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

Nombre de la campaña: "Preparados ante lluvias e inundaciones para una escuela segura"

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

Público objetivo: Padres de familia, docentes, estudiantes, directores y autoridades educativas y/o locales.

Objetivo: Promover acciones de prevención ante lluvias e inundaciones a fin de resguardar el mobiliario y materiales educativos de las escuelas, además de acciones de preparación para evitar la posible anidación de roedores y murciélagos que ponen en riesgo la continuidad de las labores educativas.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Spots de televisión y/o radio a nivel nacional y/o local de hasta 30" segundos y/o medios virtuales. Los detalles de los medios y avisos se determinarán en el plan de medios.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de hasta S/ 350,000.00 (trescientos cincuenta mil con 00/100 soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Se realizará la difusión de la campaña entre febrero y abril de 2017.

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

Oficina responsable: Dirección General de Educación Básica Alternativa, Intercultural Bilingüe y de Servicios en el Ámbito Rural - DIGEIBIRA

Público objetivo: Docentes, padres, madres de familia, autoridades educativas y comunidad en general.

Objetivo: Contribuir con la mejora de los aprendizajes de los niños, niñas, adolescentes, jóvenes y adultos de zonas rurales, urbanas y de contextos bilingües; así como con el reconocimiento de la diversidad cultural y lingüística del país, la promoción de la educación intercultural bilingüe, la educación básica alternativa y la educación comunitaria.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Los programas radiales se difundirán mayormente una vez por semana por medio de una radioemisora de alcance local (a través de las ondas radiales y la transmisión en vivo desde su página web, en caso lo tuviera) en máximo 39 sedes focalizadas a nivel nacional.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/ 270,000.00 (doscientos setenta mil con 00/100 soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Se proyecta la emisión del programa radial entre febrero y diciembre de 2017.





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"
"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

Nombre de la campaña: "Identicole"

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

Grupo Objetivo: Padres y madres de familia, apoderados y comunidad educativa.

Objetivo: Promover el uso de la plataforma web donde se encuentra información básica de forma amigable sobre la oferta educativa pública y privada.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Se utilizarán spots de radio de hasta 40 segundos de duración en medios de comunicación radial de nivel nacional y/o regional y/o local. Internet y redes sociales. Se utilizarán medios alternativos para reforzar la comunicación y los principales mensajes de la campaña. Los detalles de los medios y avisos de determinarán en el plan de medios.

Inversión publicitaria proyectada: Tendrá una inversión de hasta S/ 550,000.00 (quinientos cincuenta mil con 00/100 soles).

Periodo de difusión: Se realizará la difusión de la campaña entre febrero y diciembre de 2017.

Nombre de la Campaña: "Admisión FAS ENSB"

Oficina responsable: Escuela Nacional Superior de Ballet – ENSB / Dirección de Producción y Difusión - DIPRODA

Público objetivo:

- Egresados del nivel secundario en búsqueda de una carrera profesional en danza. Profesionales y aficionados del ballet y otros tipos de danza.
- Alumnos de escuelas y/o academias de ballet y otros tipos de danza.

Objetivo: Difundir información referente al proceso de admisión de la Escuela Nacional Superior de Ballet. Este proceso comprende la oportunidad de ingresar como alumno regular en el programa de Formación Artística Superior, el cual otorga el título universitario en docencia o interpretación de danza clásica.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Se ha elegido el medio de publicidad exterior para contar con un mayor impacto en los diferentes públicos a la vez. Se utilizarán, por lo tanto, muros (vallas) y paraderos ubicados en distintos distritos de la ciudad de Lima, internet y/o redes sociales.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión de S/ 15,000.00 (quince mil con 00/100 soles).

Periodo de ejecución de la campaña: Se proyecta la difusión de la campaña durante enero y febrero de 2017.





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"
"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

V. Cronograma de ejecución

N°	Tema	Oficina a Cargo	Período de ejecución	Medios a utilizar
1	Buen Inicio del Año Escolar 2017	OGC	Enero – Marzo 2017	TV Radio Prensa escrita Internet Redes sociales Medios alternativos
2	Programa Radial Televisivo "La Buena Educación"	OGC	Febrero 2017 – Marzo 2018	TV Radio Internet Redes sociales Medios alternativos
3	Actividades del Minedu	OGC	Enero – Diciembre 2017	Prensa escrita Internet Redes sociales Medios alternativos
4	Proceso Único de Admisión 2017 para los Colegios de Alto Rendimiento	DEBEDSAR	Enero 2017	Radio Prensa escrita Internet Redes sociales
5	Concurso de Nombramiento y Contratación Docente 2017	DIED	Enero 2017	Radio Internet Redes sociales Medios alternativos
6	Concurso de ascenso en la Carrera Pública Magisterial 2017	DIED	Enero – Junio 2017	Radio Internet Redes sociales Medios alternativos
7	Campaña de Bienestar Docente	DIBRED	Febrero – Julio 2017	Radio Internet Redes sociales Medios alternativos
8	Preparados ante lluvias e inundaciones para una escuela segura	ODENAGED	Febrero – Abril 2017	TV Radio Internet Redes sociales
9	Programa Educativo Radial – La Escuela del Aire	DIGEIBIRA	Febrero – Diciembre 2017	Radio Internet
10	Identicole	DIGC	Febrero – Diciembre 2017	Radio Internet Redes sociales Medios alternativos
11	Admisión FAS ENSB	DIPRODA - ENSB	Enero – Febrero 2017	Internet Redes sociales Medios alternativos





PERÚ

Ministerio
de Educación

Secretaría General

Oficina General de
de Comunicaciones

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú 2007 - 2016"
"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

VI. Inversión publicitaria total proyectada 2017

Campaña Publicitaria	Monto en soles
Buen Inicio del Año Escolar 2017	5'550,000.00
Programa Radial Televisivo "La Buena Educación"	900,000.00
Actividades del Minedu	450,000.00
Proceso Único de Admisión 2017 para los Colegios de Alto Rendimiento	250,000.00
Concurso de Nombramiento y Contratación Docente 2017	800,000.00
Concurso de Ascenso en la Carrera Pública Magisterial 2017	800,000.00
Campaña de Bienestar Docente	450,000.00
Preparados ante lluvias e inundaciones para una escuela segura	350,000.00
Programa Educativo Radial – La Escuela del Aire	270,000.00
Identicole	550,000.00
Admisión FAS ENSB	15,000.00
TOTAL DE INVERSIÓN PUBLICITARIA 2017	10'385,000.00



OFICINA GENERAL DE COMUNICACIONES