



Dirección de Comunicación

Plan de Comunicación:
Nombre del evento

Loja, febrero 2016

Introducción

Desde la Dirección de Comunicación se ha desarrollado el presente plan de comunicación integral, con la finalidad de promover una campaña ecológica de forma transversal a los planes de manejo sustentable y visión pedagógica de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), que contribuya a su constitución y posicionamiento como *universidad verde*.

El plan ha sido diseñado para ejecutarse durante el..., a partir del mes de...; periodo en el que se deberán desarrollar de forma eficiente y eficaz las estrategias y acciones propuestas a través de los distintos canales de comunicación.

Antecedentes

Información propia de la campaña

Objetivo general

Impulsar una campaña ecológica de forma transversal a los planes de manejo sustentable y visión pedagógica de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), que contribuya a su constitución y posicionamiento como *universidad verde*.

Un objetivo

Objetivos específicos

- Sensibilizar a la comunidad universitaria sobre la sostenibilidad y fomentar las buenas prácticas ambientales en la UTPL, como camino a la reducción de la huella ecológica.

Tres específicos

Grupos de interés

Identificar los públicos a nivel interno y externo (dependerá de los objetivos de comunicación)

Líneas comunicacionales

- Concienciar a la comunidad universitaria sobre su accionar con relación a la energía, el agua, el transporte, los residuos, etc.

Al menos tres líneas de comunicación. Giran en torno a los objetivos y son los ejes a través de los que girarán los mensajes que se levanten

Plan de acción

Objetivo	Estrategia	Actividades	Indicador	Fecha de ejecución	Responsable
Sensibilizar a la comunidad universitaria sobre la sostenibilidad y fomentar las buenas prácticas ambientales en la UTPL, como camino a la reducción de la huella ecológica.	1. Introducir una campaña ecológica de forma integral que promueva la iniciativa de la Universidad por mantener un accionar responsable con el ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> Crear la idea e imagen gráfica de la marca verde para la UTPL: UTPL más verde. 	Imagen aprobada.	Miércoles, 23 de febrero de 2016.	Dircom (Ejecutiva de cuentas y diseñador gráfico).
		<ul style="list-style-type: none"> Crear tres mensajes estratégicos para posicionar la marca verde UTPL. 	Mensajes aprobados.	Lunes, 29 de febrero de 2016.	Dircom (Ejecutiva de cuentas y diseñador gráfico).
		<ul style="list-style-type: none"> Diseñar tres pendones pequeños con los mensajes estratégicos de la campaña, para colocar en el campus UTPL Loja. 	Artes de pendones colocados.	Jueves, 3 de marzo de 2016.	Dircom (Ejecutiva de cuentas y diseñador gráfico).

PRESUPUESTO: Material publicitario

CANT.	SOPORTE COMUNICACIONAL	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
6	Pendones pequeños.	Se colocarán en el campus UTPL Loja, dependiendo de la disponibilidad de espacios y se renovarán durante el 2016.	\$ 68,00	\$ 408,00
3	Enrollables.	Se distribuirán en el campus UTPL Loja, en edificios estratégicos.	\$ 68,00	\$ 204,00
1	Tótem ecológico	Se colocará en la acera que se encuentra entre el Edificio Central y la cruz.	\$ 180,00	\$ 180,00
50	Calcomanías para dispensadores de papel.	Se colocarán en los dispensadores de papel higiénico y en los interruptores.	\$	\$
2	Botellas gigantes	Se colocarán en puntos estratégicos del campus UTPL Loja.	\$	\$
SUBTOTAL				\$ 792,00

Responsables

Nombre

Cargo

Datos de contacto