



Universidad Veracruzana

Experiencia educativa
Servicio social

**Facultad de Ciencias
Administrativas y
Sociales**

Plan de trabajo interinstitucional

Indicaciones: Una vez, definida la Unidad receptora (UR) con la que se vincula, es preciso elaborar un programa de trabajo con la participación de los académicos del programa educativo (PE) y los responsables de la UR.

a) Datos generales

Programa educativo
Publicidad y Relaciones Públicas
Responsable del plan en el PE (académico a cargo de la ee)
Dra. Karina Culebro Castillo
Funciones del responsable del proyecto en el PE para el desarrollo del plan
<ul style="list-style-type: none"> • Aclaración de dudas • Asesoría • Apoyo • Revisión
Unidad receptora
Defensoría de los Derechos Universitarios UV
Responsable del proyecto en la UR (responsable directo del servicio social en la empresa o institución)
Xxxxx xxxxxx xxxxxxx
Funciones del responsable del proyecto en la UR para el desarrollo del plan
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar y recibir avances • Documentar el trabajo • Apoyar con información • Aclarar dudas

b) Elementos del plan de trabajo:

Nombre del plan de trabajo (debes pensar en el Plan de Trabajo a desarrollar como si se tratará de un proyecto académico, revisa con tu profesor(a) el tema y asignale un nombre a tu plan)
Campaña de posicionamiento e imagen de la Defensoría de los Derechos Universitarios UV

Duración			
Inicio		Término	
Agosto de 2021		Febrero de 2022	
Modalidad	<input type="radio"/> presencial	<input checked="" type="radio"/> virtual	<input type="radio"/> mixto

Ambito en el que se desarrolla	Sector que atiende
Imagen y comunicación corporativa	Educativo, público.

Descripción
Brevemente en el presente proyecto se busca cumplir con 4 etapas para el desarrollo de una campaña que asiente la imagen real ante la comunidad universitaria. Las etapas de manera general se basan en 2 tipos distintos de investigación, en la planeación, implementación y evaluación de las acciones a desarrollar.

Justificación
La Defensoría de los Derechos Universitarios es un organismo independiente que forma parte de la Universidad Veracruzana desde hace casi 15 años, sin embargo, existe una problemática: gran parte de la comunidad universitaria perteneciente a la UV desconoce las funciones que tiene y los servicios que presta la Defensoría, inclusive llegando a un desconocimiento total de la existencia del organismo. Por ende, es pertinente y necesario implementar un plan integral de comunicación estratégica que atienda la problemática presentada, a través de la aplicación de un trabajo práctico, tal como una campaña de Publicidad específicamente en redes sociales.

Objetivo(s)
<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la percepción actual que tienen los administrativos, académicos y estudiantes de la Universidad Veracruzana; con respecto a la defensoría de los derechos universitarios. • Desarrollar estrategias de comunicación que permitan generar, o bien fortalecer los vínculos con sus públicos. • Establecer un nivel superior de notoriedad para la Defensoría de los Derechos Universitarios a través de una campaña publicitaria. • Posicionar a la Defensoría de los Derechos Universitarios entre ciertos públicos de la Universidad Veracruzana.

Metas
<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar la imagen esperada de la defensoría con sus públicos de interés. • Ser reconocidas las funciones y servicios que ofrece la Defensoría de los Derechos Universitarios UV por su público de interés. • Generar un modelo de comunicación estratégica que aporte constantemente al fortalecimiento de los vínculos entre la defensoría y sus públicos de interés.

Acciones
<ul style="list-style-type: none"> • Hacer un análisis de la percepción y la imagen • Aplicar encuestas a las distintas facultades pertenecientes a la UV • Calendarizar una campaña publicitaria • Crear contenido para la campaña publicitaria

Cronograma de actividades	
Actividad	Fecha de entrega
Entrevista a la Defensoría de Derechos Universitarios UV	Agosto 16
Investigación exploratoria sobre su identidad corporativa	Agosto 18 - 23
Investigación documental a través de medios de comunicación	Agosto 24 - 27

Creación de plan y de instrumento de investigación (cuestionario)	Ago 30 - sep 3
Investigación de campo a la comunidad UV a través del cuestionario	Septiembre 6 - 17
Recolección, análisis de datos y conclusiones	Septiembre 20 - 24
Creación de objetivo de la campaña	Sep 27 - oct 1
Diseño estrategia de intervención	Octubre 4 - 8
Calendarización de la campaña publicitaria	Octubre 11 - 15
Elaboración de contenido y piezas publicitarias	Octubre 18 - 31
Implementación de la campaña publicitaria	Nov 1 - Dic 31
Monitoreo de la campaña a través del engagement	Enero 3 - 17
Evaluación y análisis de la campaña y equipo de trabajo	Ene 18 - 28
Entrega trabajo integrado	Ene 31 - feb 1

Estrategias de seguimiento y evaluación

- Generación un modelo de comunicación estratégica que aporte constantemente al fortalecimiento de los vínculos entre la defensoría y sus públicos de interés.
- Implementación del modelo de comunicación estratégicamente a través de la campaña publicitaria
- Medición de éxito a través de cumplimiento de objetivos y metas.
- Evaluación de comunicación interna entre el equipo e interesados en el proyecto.

Perfil del académico participante

Doctora en administración y desarrollo empresarial por el Colegio de Estudios Avanzados de Iberoamérica, maestra en ciencias administrativas por el Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana, con licenciatura en Administración de Empresas por la Universidad Veracruzana, certificada por CONOCER en la competencia laboral, NOM ECO-428 Gestión de la Productividad en el Servicio Público. Académica y Secretaria de Facultad en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Con experiencia profesional en el sector productivo, público y privado.

Saberes que desarrolla

Brindar información oportuna en lo que respecta al área académica de secretaria a los alumnos y docentes.

Funciones

- Asesorar
- Agilizar trámites
- Revisión
- Proporcionar información

Perfil del estudiante participante

Estudiante de noveno semestre adscrito al programa educativo de Publicidad y Relaciones Públicas con 320 créditos cubiertos de 350 correspondientes a la EP ya mencionada. Interesado en el papel de la publicidad y relaciones públicas en el área de cultura y artes, cabildeo y el papel del feminismo en estas áreas.

Saberes que desarrolla

<ul style="list-style-type: none">• Investigación, análisis y observación para la detección de problemas y oportunidades• Creación de instrumentos de investigación corporativos• Liderazgo para dar seguimiento a los establecido en un plan de trabajo• Conocimiento en la estructura de campañas en publicidad y relaciones públicas• Creación de manuales de identidad conceptual y visual
Funciones
<ul style="list-style-type: none">• Investigar• Gestionar• Ejecutar• Evaluar

Ejemplo