

RCD-206-DFCAGEI-UEB  
Guaranda, noviembre 12 del 2020

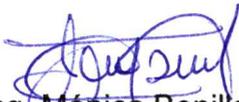
Ingeniero  
Víctor Hugo Quizhpe  
**COORDINADOR CARRERAS INGENIERÍA COMERCIAL/ADM.EMPRESAS**  
**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
Presente

De mi consideración:

Para su conocimiento y fines pertinentes doy a conocer a Ud. la resolución adoptada por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática en sesión ordinaria No. (15) vía video conferencia, ZOOM, realizada el **12 de noviembre del 2020**, referente al **NOVENO PUNTO: Análisis y resolución del oficio Empresas-FCAGEI-2020-105 del 6 de octubre del 2020, suscrito por el Ing. Víctor Hugo Quizhpe, Coordinador carreras ICO/Administración de Empresas (Plan de Información y Comunicación de la carrera de Administración de Empresas 2020-2023).**

Sobre la base del oficio. Empresas-FCAGEI-2020-105 del 6 de octubre del 2020, suscrito por el Ing. Víctor Hugo Quizhpe, Coordinador carreras ICO/Administración de Empresas (Plan de Información y Comunicación de la carrera de Administración de Empresas 2020-2023). **R.C.D. No. 9.1. El Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e informática en uso de sus atribuciones RESUELVE: "APROBAR EL PLAN DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS 2020-2023"**.

Atentamente,

  
Ing. Mónica Bonilla M.  
**DECANA**



MB/lm.

Guaranda, 08 de octubre del 2020.  
Empresas-FCAGEI-2020-105

Ing.  
**MÓNICA BONILLA MANOBANDA.**  
Decana FCAGEI.  
Presente.

Reciba usted un cordial saludo, en cumplimiento al plan de gestión académica 2020 - 2022 de la Carrera de Administración de Empresas aprobado por Consejo Directivo el 19 de junio del 2020 mediante resolución RCD-081-DECAGEI-UEB, remito en documento adjunto la "PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS 2020 - 2023" para la aprobación por Consejo Directivo de la Facultad.

Agradezco su favorable atención al presente.

Atentamente,



**Víctor Hugo Quizhpe Baculima.**  
Coordinador de Administración de Empresas

cc.      archivo.



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



---

**PLAN DE COMUNICACIÓN**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE**

**EMPRESAS**

**2020 - 2023**

---

Ing. Víctor Hugo Quizhpe Baculima  
Coordinador Académico de Carrera



SEPTIEMBRE - 2020



**Equipo Técnico:**

Ing. Víctor Hugo Quizhpe.

Ing. Patricia Cáceres R.

Ing. Iván Yacchirema T.

Ing. Lisseth Zambrano.

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	5
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.....	6
ANTECEDENTES .....	7
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	7
ANÁLISIS FODA .....	8
PROPUESTA ESTRATÉGICA .....	9
ESTRATEGIA GENERAL. ....	9
OBJETIVOS .....	9
OBJETIVO GENERAL: .....	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS: .....	10
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	10
ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS .....	16
ESTRATEGIA DE DISEÑO .....	20
DURACIÓN DEL PLAN COMUNICACIONAL .....	26
BENEFICIARIOS.....	26
BIBLIOGRAFÍA.....	27



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Docentes .....	6
Tabla 2: Estudiantes .....	6
Tabla 3 ANÁLISIS FODA.....	8
Tabla 4 PLAN DE ACCIÓN ESTRATEGIA COMUNICACIÓN.....	14
Tabla 5 PLAN DE ACCIÓN ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS.....	17
Tabla 6 PLAN DE ACCIÓN ESTRATEGIA DE DISEÑO .....	21
Tabla 7 PLAN OPERATIVO .....	22



## INTRODUCCIÓN

Disponer de un plan comunicacional fortalece los esfuerzos por posicionar la gestión de la Carrera de Administración de Empresas, un reto que en la actualidad permite que la comunicación sea más directa, bidireccional, efectiva, inmediata, medible, una estrategia bien planificada de comunicación es fundamental en una Institución como la nuestra.

La comunicación ha dejado de ser únicamente un intercambio de informaciones para convertirse en una compleja red de sistemas y profundas teorías que, relacionadas con otras ciencias como la Sociología, Psicología, el Derecho y la Electrónica, impulsan el desarrollo de la humanidad. (Ramos, 1999)

La comunicación puede definirse como transmitir, recibir y procesar información cuando una persona grupo u organización intenta transmitir una idea o un mensaje, la comunicación ocurre cuando el receptor (otra persona o grupo) puede comprender la información, mediante el mensaje enviado que llega a su destino con una forma comprensible al público al que va dirigido. (Kenneth E. Clow, 2010)

En el momento en que se logra que el flujo de comunicación se produzca de la forma correcta, se mejora la competitividad de la organización, permite la adaptación al cambio del entorno, facilita el logro de los objetivos y metas establecidas, se genera un adecuado control, la motivación acertada, expresión emocional, participación de sus integrantes y un adecuado clima integrador de trabajo; es decir, parte de la calidad de la educación superior es comunicar los procesos académicos que se desarrollen al interior de las Instituciones de Educación Superior y visibilizarlos con los miembros directos e indirectos.

Nuestra carrera, como parte de una universidad pública, debe "contribuir a la difusión del conocimiento académico, cultural, científico, investigativo, social y técnico"; en este sentido, está vinculada y se debe a un conjunto variado de grupos de interés, tanto internos (estudiantes, autoridades, docentes, personal administrativo) como externos (sociedad en su totalidad), convirtiéndose en una herramienta de vinculación y de rendición de cuentas con estos grupos de interés. Además, la Responsabilidad Social con la que actúa la carrea de ciencias administrativas, implica que los valores de la Universidad sean compartidos con el público interno y externo, aspecto en el que la comunicación también juega un papel fundamental. Para que la carrera continúe cumpliendo con sus funciones, se requiere que la capacidad de atracción de recursos, buenos estudiantes, egresados, ingresos, entre otros, sea la mejor posible, y para ello, su imagen externa es un factor imprescindible.

Para cumplir con estos objetivos, resulta de suma importancia estructurar un plan de comunicación que permita organizar y orientar todas las actividades hacia una adecuada comunicación, convirtiéndose en el eje que rote y coordine la comunicación interna y externa de la Carrera de Administración de Empresas.

La carrera debe comunicarse entre sí, *comunicarse bien* con información real y *estar bien comunicada* con la utilización de las herramientas comunicacionales adecuadas.

La carrera viene desarrollando acciones comunicativas, tanto externas como internas, con este plan de comunicación se busca ordenarlas, sistematizarlas y evaluarlas para eliminar las que no han demostrado resultados óptimos y las que se han quedado obsoletas en el tiempo, potenciar las que dan buenos resultados y, sobre todo, integrarlas en una estrategia comunicacional adecuada.



La carrera Administración de Empresas, ha venido creando una cultura de resiliencia, en donde el equipo de docentes titulares y contratados han adoptado un nuevo gerenciamiento en cuanto a cada uno de los procesos académicos que requieren ser difundidos a la sociedad. Con el presente proyecto se buscará involucrar a todos los señores estudiantes y docentes de la carrera en el número total que indica la siguiente tabla:

*Tabla 1: Docentes*

Docentes	Cantidad
Docentes Titulares	17
Docentes a Contrato	13
<b>Total</b>	<b>30</b>

Elaborado por: Equipo técnico (junio - julio 2020)

Fuente: Distributivo Académico (2020 - 2020)

*Tabla 2: Estudiantes*

Carrera	Centro Educativo	Cantidad Estudiantes
Administración de Empresas	Guaranda	558
<b>TOTAL</b>		<b>558</b>

Elaborado por: Equipo técnico (junio - julio 2020)

Fuente: Secretaría de la carrera (2020 - 2020)

## LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.

La ejecución del plan de comunicación se efectuará en la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, de la Universidad Estatal de Bolívar (UEB) ubicada en la Av. Ernesto Che Guevara y Av. Gabriel Secaira, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar.

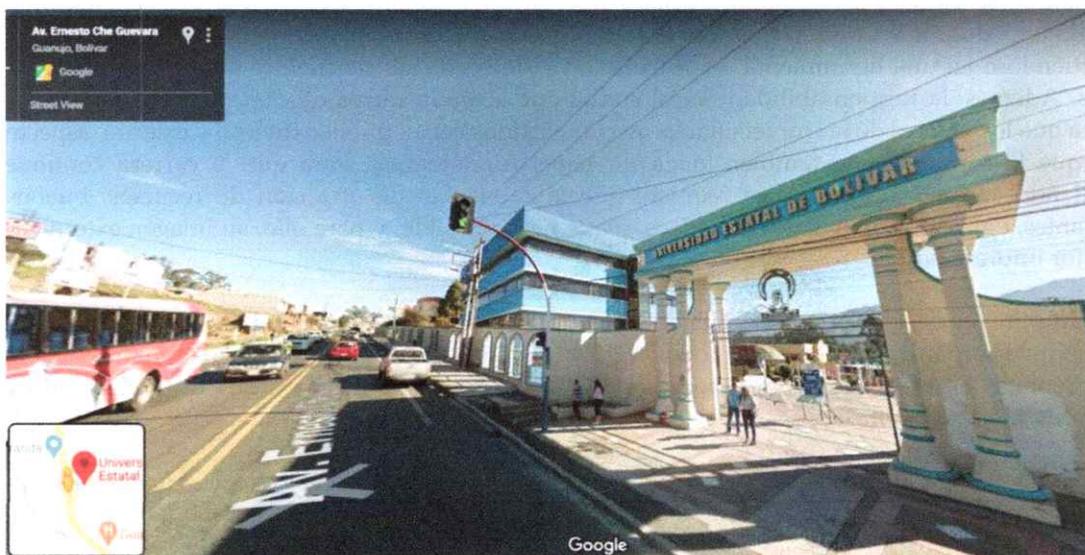


Ilustración 1 Universidad Estatal de Bolívar

Fuente: Google Maps, 2020

Elaborado por: Equipo técnico (junio - julio 2020)





## ANTECEDENTES

La Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática fue creada por decisión de la Asamblea Universitaria realizada el 14 de julio de 1989, luego de que se promulgara la Ley de Creación de Universidad Estatal de Bolívar, según Ley Nro. 32 publicada en el Registro Oficial No. 225 del 4 de julio de 1989.

En la ciudad de Guaranda, a los trece días del mes de noviembre del año 2015 según RCU-11-2015-0212, en Consejo Universitario de la Universidad de Estatal de Bolívar se resuelve: Aprobar el Rediseño de la Carrera de Ingeniería Comercial a Administración de Empresas, y en la ciudad de Quito el cinco de julio de 2016 el Consejo de Educación Superior, según oficio Nro. CES-SG-2016-1789-O, notifica la resolución RPC-SO-24-No.405-2016 donde se resuelve: Aprobar el rediseño curricular de la carrera de Administración de Empresas, presentado por la Universidad Estatal de Bolívar, proyecto presentado por el Ing. Víctor Hugo Quizhpe actual Coordinador de la Carrera de Administración de Empresas.

El objetivo es Formar profesionales humanistas y competentes en Administración de Empresas aplicando la investigación, ciencia y tecnología para que contribuyan al desarrollo sustentable y sostenible de los territorios y poblaciones, cumpliendo los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir con base en el cambio de la matriz productiva.

Mediante la aplicación de un modelo de comunicación potencializaremos los canales directos de información, donde se dará a conocer al público interno de la Carrera de Administración de Empresas la marca oficial que se debe utilizar para todas y cada una de las actividades, acontecimientos oficiales, e información general concerniente a la carrera.

Se ha identificado que los medios de comunicación utilizados no han llegado directamente a su público objetivo, por lo que se ha tomado la iniciativa de implementar el presente modelo de comunicación haciendo uso de medios tradicionales y digitales con el fin de mejorar la comunicación interna y externa de la carrera.

## DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

La carrera de administración de empresas de la Universidad Estatal de Bolívar ha venido desempeñando un trabajo comunicacional de manera empírica, basada en las necesidades identificadas en su momento dentro de la carrera, cuentan con una Fanpage como canal de comunicación digital, la misma que tiene 265 seguidores de los cuales 255 han demostrado con un like el gusto por esta página.

Se ha identificado carencias en la información referente tanto a la comunicación interna como externa debido a que la carrera no cuenta con un responsable exclusivo de comunicación, además el acceso a la información es muy limitado, si bien existen publicaciones en la Fanpage de la carrera, esta no cuenta con la participación de sus seguidores, así como tampoco del personal administrativo, docentes y estudiantes limitando su difusión a nivel externo e interno.

La carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal de Bolívar no cuenta con un manejo adecuado de comunicación, lo que limita la interacción informativa entre sus públicos objetivos, silenciando así el trabajo ejecutado por autoridades, docentes y estudiantes de la carrera, proyectando una imagen débil y un bajo nivel de posicionamiento.



Nuestra carrera al no contar con un delegado de comunicación se impide que los planes aprobados no tengan el resultado deseado, quedando sin efecto el trabajo realizado, el manejo empírico de los escasos recursos comunicacionales limita la comunicación dentro y fuera de la carrera, los escasos recursos orientados a la comunicación también impiden fortalecer el manejo comunicacional.

En una primera etapa, se desarrolló un cuestionario adaptado a personas que manejan el tema de comunicación dentro de la carrera sin obtener resultado alguno, sin embargo, la información recopilada se fundamenta en conclusiones extraídas de reuniones de trabajo, análisis personal con el Señor Coordinador de carrera, encargados del manejo de la Fanpage, y un Focus Group con estudiantes de la carrera de Administración de Empresas obteniendo la siguiente información:

- Los estudiantes no reconocen la marca de la carrera evidenciando un débil posicionamiento.
- No interactúan en la Fanpage de la carrera debido a que no hay información actualizada ni interesante.
- A criterio de los señores y señoritas estudiantes no se manejan canales de comunicación adecuados.
- En lo referente a la radio institucional, solo un 6% de estudiantes escuchan la emisora, manifestando que lo transmitido no es de su interés, además por encontrarse en lugares alejados no tienen acceso a este medio de comunicación.
- Los estudiantes se informan a través de las redes sociales.
- Los estudiantes no demuestran confianza en las publicaciones en las redes sociales institucionales, confirmando lo publicado con llamadas y uso de whatsApp entre sus compañeros.

### ANÁLISIS FODA

Con la información recabada se procede a realizar el análisis FODA de la carrera de Administración de Empresas de la UEB.

*Tabla 3 MATRIZ FODA*

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo y trabajo en equipo.</li> <li>• Responsabilidad laboral</li> <li>• La estructura administrativa (organización y definición de puestos)</li> <li>• Apoyo institucional</li> <li>• Inserción estudiantil en actividades de vinculación con la colectividad</li> <li>• Personal capacitado en diversas áreas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desinterés de los docentes por interactuar en la Fanpage de la carrera.</li> <li>• Escasa difusión de la marca de la carrera</li> <li>• Limitados canales de comunicación interna y externa</li> <li>• Limitado acceso a la información</li> <li>• Falta de un equipo responsable de la comunicación en la carrera</li> <li>• Manejo empírico de los canales digitales</li> <li>• Limitado seguimiento a las actividades desarrolladas por la carrera por parte de docentes, personal administrativo y estudiantes en general.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inestabilidad laboral del personal contratado.</li> <li>• Acceso tecnológico limitado.</li> <li>• Limitada logística.</li> <li>• Bajo nivel de posicionamiento</li> <li>• Limitados productos y contenidos comunicacionales para los públicos internos y externos.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos y mejores canales comunicacionales</li> <li>• Diversidad cultural y étnica</li> <li>• Alianzas estratégicas</li> <li>• Nuevos mercados globales</li> <li>• Capacitación y desarrollo profesional.</li> <li>• Acceso a la tecnología de punta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emergencia sanitaria mundial.</li> <li>• Competencia de otros centros de educación superior</li> <li>• Escaso interés de los egresados hacia la carrera de Administración de empresas de la Universidad Estatal de Bolívar</li> <li>• Ser percibido con una débil imagen institucional</li> <li>• Crisis económica, financiera y social a nivel mundial</li> <li>• Elevados costos de tecnología de última generación</li> <li>• Limitado presupuesto institucional.</li> </ul>

Fuente: Reunión de expertos, Focus Group., junio 2020  
Elaborado por: Grupo Técnico (junio - julio 2020).

## PROPUESTA ESTRATÉGICA

Una vez concluido el análisis y diagnóstico comunicacional de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal de Bolívar, se plantea la necesidad de implementar un Plan de Comunicación buscando generar el posicionamiento de la Carrera, de las actividades que realiza y el servicio que ofrece, basado en las dimensiones de comunicación que se relacionan directamente con los ejes propuestos en el Plan Comunicacional de la Facultad de Ciencias administrativas, gestión empresarial e informática:

- Comunicación: interna y externa
- Relaciones públicas
- Diseño

## ESTRATEGIA GENERAL.

Fortalecimiento de la imagen corporativa interna y externa de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal de Bolívar.

## OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL:

Fortalecer la imagen corporativa de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal de Bolívar a nivel local, provincial y nacional a través de adecuadas estrategias comunicacionales.



### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Generar una comunicación clara y segmentada.
- Obtener un vínculo comunicacional directo entre las autoridades, docentes, estudiantes y personal administrativo de la carrera, así como con la sociedad en general, mejorando los canales de comunicación.
- Diseñar los productos comunicacionales que serán difundidos por la carrera de Administración de Empresas de la UEB.

### Responsable:

Delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar.

### Alcance:

El Plan Comunicacional está dirigido a nuestros públicos internos (Estudiantes, docentes, autoridades de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal de Bolívar) y externos (Estudiantes de tercer año de bachillerato, instituciones educativas, instituciones públicas y privadas, comunidad).

### ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

**Objetivo:** Fortalecer la comunicación interna y externa de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal de Bolívar.

#### Táctica 1: Medios de comunicación digital.

Utilización de los medios de comunicación digital de la Carrera y la Universidad para difundir por medio de las Redes Sociales (Fanpage, Página oficial de la Universidad en Facebook y la página Web de la Universidad) noticias, anuncios, actividades académicas, sociales, deportivas y demás novedades que la Carrera deba exteriorizar a sus públicos internos y externos.

Utilizar y promocionar el Hashtag de la Carrera de Administración de Empresas **#AdministracióndeEmpresasConstruyeExcelencia**

**Importancia:** Conseguir que el público tenga accesibilidad y uso de los canales interactivos de la carrera y universidad.

**Alcance:** Global





Facultad de Ciencias Administrativas,  
Gestión Empresarial e Informática  
**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



ueb.edu.ec/index.php/adfens/adfoms-list-1:accordion

SIANET EVEA EVEA-Nivelación EVEA Repositorio Investigación y Vinculación Evaluación Docente Graduados

Carrero Institucional Ukuand Biblioteca Virtual Correo Estudiantil

Inicio OFERTA ACADÉMICA DIRECCIONES INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN SERVICIOS TRANSPARENCIA CONTACTOS

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DECANO  
ING. MÓNICA ELIZABETH BORILLA MANCANDA MSc.  
Decana

CONTACTOS  
Telefax: 032206147  
Av. ERNESTO CHE GUEVARA S.N. Y GABRIEL SECAIRA (SECTOR ALPACHA) KM. 3 1/2 VIA AMBATO

Noticias Destacadas  
11 SEP Tercer concurso de fotografía

*Página oficial de la Universidad Estatal de Bolívar en Facebook.*

Universidad Estatal de Bolívar

facebook.com/UNIVERSIDAD.ESTATAL.DE.BOLIVAR.2015

### Universidad Estatal de Bolívar - Página Oficial

@UNIVERSIDAD.ESTATAL.DE.BOLIVAR.2015  
Educación

Inicio Información Fotos Videos Más

Te gusta Mensaje

**Información** Ver todo

- Institución de Educación Superior
- 16,004 personas les gusta esto, incluidos 48 de tus amigos
- 17,448 personas siguen esto
- http://www.ueb.edu.ec/
- Enviar mensaje

Universidad Estatal de Bolívar - Página Oficial

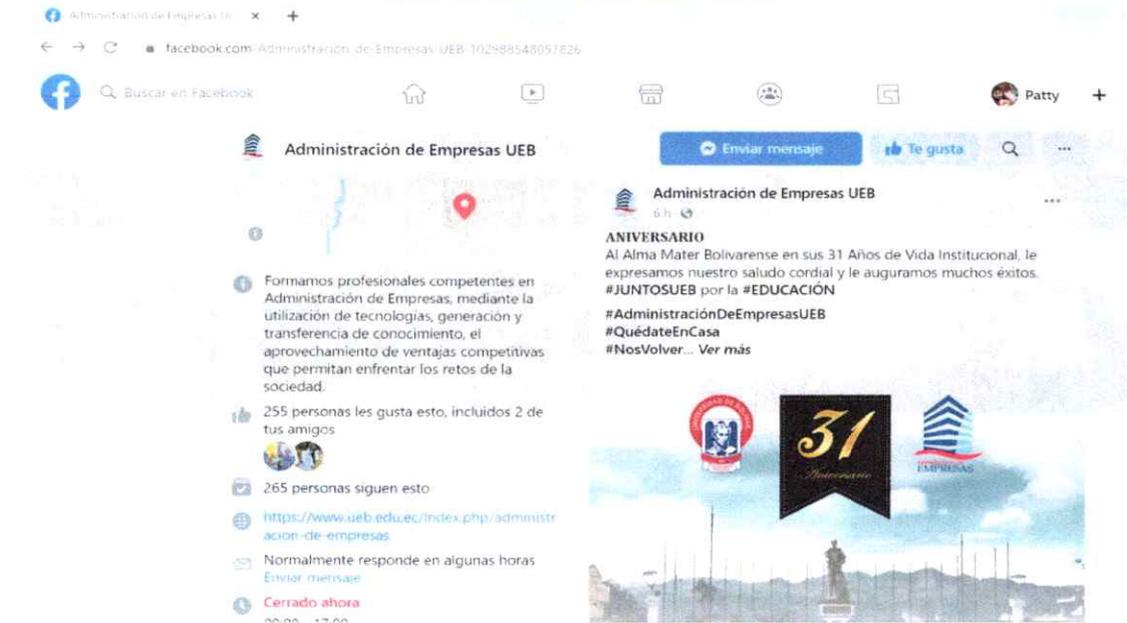
Nos acompaña vía virtual la Dra. Carmita Álvarez, Presidenta de la Comisión de Universidades (CES), quien hace su intervención en la Sesión Solemne de Aniversario de la Universidad Estatal de Bolívar, con un saludo fraterno por los 31 años de vida autónoma.

#Aniversario31UEB

*Fanpage de la Universidad Estatal de Bolívar*



Facultad de Ciencias Administrativas,  
Gestión Empresarial e Informática  
**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



*Fanpage de la Carrera de Administración de Empresas.*

**Táctica 2: Medios de comunicación tradicionales.**

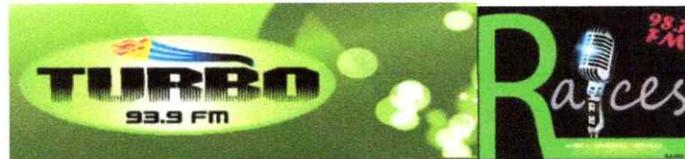
Difusión de las actividades, noticias y novedades de la carrera de Administración de Empresas en horarios estelares de los canales de la localidad, así como también en medios radiales y prensa, gestionando alianzas estratégicas entre los medios y la carrera.

**Importancia:** Captar la atención de los públicos objetivos y llegando con el mensaje adecuado y oportuno de la Carrera.

**Alcance:** La provincia de Bolívar.

**TELEVISIÓN**





#### PRENSA



#### TÁCTICA 3. Gestión de marca.

Realizar un evento de relanzamiento de la marca de la carrera de Administración de Empresas ante todo el público interno.

**Importancia:** Posicionamiento de la marca ante el público interno.

**Alcance:** Público interno de la Carrera de Administración de Empresas de la UEB.



Tabla 4 PLAN DE ACCIÓN ESTRATEGIA COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA	OBJETIVO	TÁCTICA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	FECHA DE INICIO	FECHA DE CULMINACIÓN	PRESUPUESTO	
							PROPIO	AJENO
Comunicación	Fortalecer la comunicación y externa de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal Bolívar.	<b>Táctica 1: Medios de comunicación digital.</b>	Publicar en los medios digitales de la carrera y la Universidad noticias reales, confiables y de relevancia para el público interno, por lo menos una vez a la semana. Utilizar y promocionar el Hashtag de la Carrera <i>#AdministracióndeEmpresasC onstruyeExcellencia</i>	Delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la U.E.B.	15 de septiembre de 2020	15 de septiembre de 2022	-	-
		<b>Táctica 2: Medios de comunicación tradicionales.</b>	Gestionar alianzas estratégicas con los medios televisivos: TV Siete y Guaranda TV, medios radiales: Radio de la U.E.B., Radio Turbo, Radio Raíces, Radio Guaranda, Radio Canela, Radio La Propia, Radio El Salmerito y prensa escrita de la localidad Prensa Tribuna y Diario Los Andes como medio regional, consiguiendo un espacio que nos permita difundir las actividades, noticias y novedades de la carrera de Administración de Empresas.	Delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la U.E.B.	15 de septiembre de 2020	15 de septiembre de 2022		
		<b>Táctica 3: Gestión de marca.</b>	Realizar un evento de relanzamiento de la marca de la carrera de Administración de Empresas ante todo el público interno, contando con	Delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el	15 de septiembre de 2020	15 de septiembre de 2022		





## ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS

**Objetivo:** Generar un vínculo entre la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal de Bolívar y sus públicos objetivos.

### **Táctica 1: Abordaje al mercado**

El departamento de Relaciones Públicas a través de la Investigación de mercado deberá analizar sus tendencias, índice de satisfacción interna y externa, investigar de la opinión pública sus actitudes y expectativas.

**Importancia:** Proporcionar la adecuada y oportuna información obtenida de los estudios realizados a las autoridades de la Carrera de Administración de Empresas para su debida gestión.

**Alcance:** Público interno y externo.

### **Táctica 2: Convenios interinstitucionales.**

Conocimiento y clasificación de los convenios interinstitucionales que mantiene la U.E.B., en los que la Carrera de Administración de Empresas pueda afianzar y fortalecer sus vínculos.

**Importancia:** Aprovechar los convenios interinstitucionales para generar actividades académicas, de vinculación y gestión en beneficio de nuestro público interno.

**Alcance:** Público interno

### **Táctica 3: Organización y cobertura de eventos nacionales e internacionales.**

Diseño y puesta en marcha de eventos de capacitación, seminarios, congresos a nivel nacional e internacional.

**Importancia:** Fortalecimiento académico del público interno de la carrera de Administración de empresas con la participación en eventos organizados por la carrera.

**Alcance:** Público interno

### **Táctica 4: Promoción de la Carrera**

Proyectar la imagen y prestigio de la carrera a través de la información emitida por las autoridades y responsables de comunicación de la carrera.

**Importancia:** Información oportuna, inmediata y actualizada al público interno y externo.

**Alcance:** Público interno y externo.



Tabla 5 PLAN DE ACCIÓN ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS

ESTRATEGIA	OBJETIVO	TÁCTICA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	FECHA DE INICIO	FECHA DE CULMINACIÓN	PRESUPUESTO
Relaciones Públicas.	Generar un vínculo entre la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal de Bolívar y sus públicos objetivos	<b>Táctica 1: Abordaje al mercado.</b>	Realizar estudios de mercado para analizar sus tendencias, índice de satisfacción interna y externa, investigar la opinión pública sus actitudes y expectativas, niveles de posicionamiento de la marca de la carrera. Los estudios se realizarán al menos una vez mientras esté en vigencia el presente Plan Comunicacional.	Departamento de Relaciones Públicas, delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la U.E.B.	15 de septiembre de 2020	15 de septiembre de 2022	-
		<b>Táctica 2: Convenios interinstitucionales.</b>	Conocimiento y clasificación de los convenios interinstitucionales para generar actividades para la carrera.	Departamento de Relaciones Públicas, delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la U.E.B.	15 de septiembre de 2020	15 de septiembre de 2022	-



<p><b>Táctica 3:</b> Organización y cobertura de eventos nacionales e internacionales</p>	<p>Diseño y puesta en marcha de eventos de capacitación, seminarios, congresos a nivel nacional e internacional. Gestionar los auspiciantes para los eventos. Autogestionar los recursos necesarios para el desarrollo de los eventos en conjunto con las autoridades, docentes y estudiantes de la carrera de Administración de Empresas.</p>	<p>Autoridades, docentes y la carrera. Departamento de Relaciones Públicas, delegado de la carrera Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la U.E.B.</p>	<p>15 de septiembre de 2020</p>	<p>15 de septiembre de 2022</p>	
<p><b>Táctica 4:</b> Promoción de la Carrera</p>	<p>Procurar el convencimiento y la integración de forma positiva proyectando la imagen e identidad de la carrera. Revisar todos los documentos destinados al exterior, para verificar si, de alguna manera, se refieren a las relaciones públicas de la carrera de Administración de Empresas. Preparación y aprobación de todas las noticias, artículos,</p>	<p>Departamento de Relaciones Públicas, delegado de la carrera Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la U.E.B.</p>	<p>15 de septiembre de 2020</p>	<p>15 de septiembre de 2020</p>	

*(Handwritten signature)*





## ESTRATEGIA DE DISEÑO

**Objetivo:** Promocionar a la carrera de Administración de Empresas hacia el público interno y externo.

### **Táctica 1: Diseño de artes gráficos impresos**

Difusión de la carrera de Administración de empresas a través de medios impresos como trípticos, hojas volantes, entre otros.

**Importancia:** Información, difusión y promoción de la carrera.

**Alcance:** Público interno y externo.

### **Táctica 2: Diseño de artes gráficos digitales**

Desarrollar publicidad a través de artes gráficos diseñados para la carrera de Administración de empresas a través de redes sociales.

**Importancia:** Información, difusión y promoción de la carrera.

**Alcance:** Público interno y externo.

### **Táctica 3: Diseño de artes gráficos tradicionales**

Soporte informativo a través de medios tradicionales como televisión, radio y prensa con el diseño de spots, videos promocionales, artículos, fotografías, que serán publicados en los diferentes medios de comunicación.

**Importancia:** Información, difusión y promoción de la carrera.

**Alcance:** Público interno y externo.



Tabla 6 PLAN DE ACCIÓN ESTRATEGIA DE DISEÑO

ESTRATEGIA	OBJETIVO	TÁCTICA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	FECHA DE INICIO	FECHA DE CULMINACIÓN	PRESUPUESTO
Diseño	Promocionar a la carrera de Administración de Empresas hacia el público interno y externo.	<b>Táctica 1: Diseño de artes gráficas impresos</b>	Diseñar y promocionar un diseño gráfico (tríptico, afiche) por ciclo.	Delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la U.E.B.	15 de septiembre de 2020	15 de septiembre de 2022	-
		<b>Táctica 2: Diseño de artes gráficas digitales.</b>	Diseño y promoción de un video promocional de la carrera. Diseño y promoción de un arte gráfico por lo menos una vez por ciclo para difundir en redes sociales.	Delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la U.E.B.	15 de septiembre de 2020	15 de septiembre de 2022	-
		<b>Táctica 3: Diseño de artes gráficas tradicionales</b>					

Fuente: Trabajo investigativo  
Elaborado por: Grupo Técnico (junio – julio 2020).

**PLAN OPERATIVO**

El plan operativo como instrumento de gestión será de gran utilidad en la consecución de los objetivos planteados, en él se detallará las acciones a desarrollar, estableciendo plazos de ejecución para cada actividad, así como también sus responsables y presupuestos, también nos permitirá realizar el seguimiento correspondiente y su evaluación según lo planificado.

*Tabla 7 PLAN OPERATIVO*

PLAN OPERATIVO								
ESTRATEGIA COMUNICACIÓN								
Táctica 1:	Responsable	Medios de aplicación	Tiempo de aplicación	Tiempo de duración	Meta	Indicador	Precio unidad	Presupuesto
<b>Medios de comunicación digital.</b>	Delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el delegado profesional de la carrera de comunicación de la U.E.B.	Página oficial de la U.E.B. Fanpage de la U.E.B. Fanpage de la Carrera de Administración de empresas de la U.E.B.	Una vez por semana	Durante el tiempo de vigencia del presente Plan Comunicacional	Alcanzar una comunicación efectiva interna y externa.	Incrementar en un 60% la interacción de los públicos objetivos en los medios digitales	-	-
<b>Táctica 2:</b>	<b>Responsable</b>	<b>Medios de aplicación</b>	<b>Tiempo de aplicación</b>	<b>Tiempo de duración</b>	<b>Meta</b>	<b>Indicador</b>	<b>Precio unidad</b>	<b>Presupuesto</b>
<b>Medios de comunicación tradicionales.</b>	Delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el delegado profesional de la carrera de comunicación de la U.E.B.	Televisión: Canal 5, Canal 7, Guaranda TV Radios: Radio universidad, Radio Salinerito, Radio Turbo, Radio Raices, Radio Guaranda, Radio Canela, Radio La Propia. Prensa: Tribuna, Los Andes.	Una vez al mes en los tres tipos de medio de comunicación tradicional. (Al menos uno de cada medio).	Durante el tiempo de vigencia del presente Plan Comunicacional	Alcanzar una comunicación efectiva interna y externa.	Difundir en un 60% todas las actividades, noticias y eventos relevantes de la carrera.	-	-

Táctica 3:	Responsable	Medios de aplicación	Tiempo de aplicación	Tiempo de duración	Meta	Indicador	Precio unidad	Presupuesto
Gestión de marca	Delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la U.E.B.	ZOOM-CEDIA	1 vez	Durante el tiempo de vigencia del presente Plan Comunicacional	Posicionar la marca de la carrera	Incrementar en un 50% el reconocimiento y manejo de la marca de la carrera	Sin costo	Sin costo
<b>TOTAL COMUNICACIÓN</b>								
ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS								
Táctica 1:	Responsable	Medios de aplicación	Tiempo de aplicación	Tiempo de duración	Meta	Indicador	Precio unidad	Presupuesto
Abordaje de mercado	Departamento de Relaciones Públicas, delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la U.E.B.	Público interno y externo	Una vez mientras esté vigente el presente Plan Comunicacional.	Durante el tiempo de vigencia del presente Plan Comunicacional	Contar con información real y actualizada sobre la realidad del mercado interno y externo	Contar con una base de datos que contenga el 70% de información sobre las necesidades, expectativas y realidades de la carrera.	-	Presupuesto
Táctica 2:	Responsable	Medios de aplicación	Tiempo de aplicación	Tiempo de duración	Meta	Indicador	Precio unidad	Presupuesto
Convenios Interinstitucionales	Departamento de Relaciones Públicas, delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de	Instituciones involucradas en los convenios	Una vez al año	Durante el tiempo de vigencia del presente Plan Comunicacional	Realizar una actividad anual dentro de la carrera, haciendo efectivo el convenio.	Ejecutar un 40% de ejecución de los convenios interinstitucionales relacionados con la carrera de Administración de empresas.	-	Presupuesto

Táctica 3:	Organización y cobertura de eventos nacionales e internacionales	Responsable	Medios de aplicación	Tiempo de aplicación	Tiempo de duración	Meta	Indicador	Precio unidad	Presupuesto
		comunicación de la U.E.B.	ZOOM-CEDIA	Una vez anual	Durante el tiempo de vigencia del presente Plan Comunicacional	Desarrollar un evento académico al año fortaleciendo la academia dentro de la carrera.	Cumplir con un 100% del evento.	-	-
		Autoridades, docentes y estudiantes de la carrera. Departamento de Relaciones Públicas, delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la U.E.B.							
Táctica 4:	Promoción de la carrera	Responsable	Medios de aplicación	Tiempo de aplicación	Tiempo de duración	Meta	Indicador	Precio unidad	Presupuesto
		comunicación de la U.E.B.	Medios comunicacionales digitales, tradicionales.	Una vez por ciclo	Durante el tiempo de vigencia del presente Plan Comunicacional	Realizar promoción y publicidad de la carrera una vez por ciclo a nivel interno y externo.	Incrementar en un 70% la aceptación de la carrera en los públicos objetivos	-	-
		Departamento de Relaciones Públicas, delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la U.E.B.							
<b>ESTRATEGIA DE DISEÑO</b>									
	<b>TOTAL RELACIONES PÚBLICAS</b>							<b>Sin costo</b>	<b>Sin costo</b>

Táctica 1:	Responsable	Medios de aplicación	Tiempo de aplicación	Tiempo de duración	Meta	Indicador	Precio unidad	Presupuesto
<b>Diseño de artes gráfico impresos</b>	Delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la U.E.B.	Tripticos, afiches, entre otros	Una vez en cada ciclo	Durante el tiempo de vigencia del presente Plan Comunicacional	Contar con un nuevo material publicitario impreso para la carrera por cada ciclo académico.	Se cumplirá con el 100% de cumplimiento	-	-
<b>Táctica 2:</b>	<b>Responsable</b>	<b>Medios de aplicación</b>	<b>Tiempo de aplicación</b>	<b>Tiempo de duración</b>	<b>Meta</b>	<b>Indicador</b>	<b>Precio unidad</b>	<b>Presupuesto</b>
Diseño de artes gráficos digitales	Delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la U.E.B.	Equipo tecnológico de la carrera de Comunicación, medios digitales institucionales y de carrera	Una vez por ciclo académico	Durante el tiempo de vigencia del presente Plan Comunicacional	Contar con un diseño único y exclusivo para la carrera por cada ciclo académico	100% de cumplimiento	-	-
<b>Táctica 3:</b>	<b>Responsable</b>	<b>Medios de aplicación</b>	<b>Tiempo de aplicación</b>	<b>Tiempo de duración</b>	<b>Meta</b>	<b>Indicador</b>	<b>Precio unidad</b>	<b>Presupuesto</b>
Diseño de artes gráficas tradicionales	Delegado de la carrera de Administración de Empresas junto con el profesional delegado de la carrera de comunicación de la U.E.B.	Radio, televisión y prensa	Una vez por ciclo	Durante el tiempo de vigencia del presente Plan Comunicacional	Manejar el mismo diseño gráfico en todos los medios para promocionar a la carrera	100% cumplimiento	-	-
<b>TOTAL DISEÑO</b>							Sin costo	Sin costo
<b>TOTAL PLAN COMUNICACIONAL</b>							Sin costo	Sin costo

Fuente: Trabajo investigativo  
Elaborado por: Grupo Técnico (junio - julio 2020).



### DURACIÓN DEL PLAN COMUNICACIONAL

El presente Plan tendrá una duración de tres años a partir de la fecha de su aprobación, 2020, 2021, 2022, 2023

### BENEFICIARIOS

**Beneficiarios indirectos:** Estudiantes de tercer año de bachillerato, instituciones educativas, instituciones públicas y privadas, comunidad.

**Beneficiarios Directos:** Estudiantes, docentes, autoridades de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal de Bolívar.





## **BIBLIOGRAFÍA.**

Kenneth E. Clow, D. B. (2010). Publicidad, Promoción y Comunicación Integral en Marketing. En D. B. Kenneth E. Clow, *Publicidad, Promocion y Comunicación Integral en Marketing* (pág. 6). México: Pearson Educacion.

Ramos, C. (1999). *LA COMUNICACION*. Mexico: Trillas.



