



| | | | | |
|---|--|-------------------------------------|-------------------------|-----------------------------|
|  UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL | MANUAL DE POLÍTICAS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS | Código: C&M/MKT/PCS-2 | Página 1 de 5 | Creado 06/11/2006 |
| | | | | |
| ADMINISTRAR LA PUBLICIDAD DE LA UCSG | | | | |
| Elaborado por Marketing | Revisado por | Aprobado por | | |

TABLA DE CONTENIDO

| | Página |
|-----------------------------------|--------|
| INTRODUCCIÓN | 2 |
| OBJETIVO..... | 2 |
| ALCANCE..... | 2 |
| RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD | 2 |
| REGISTRO CONTABLE..... | 2 |
| CODIFICACIÓN..... | 2 |
| GLOSARIO DE TÉRMINOS..... | 3 |
| POLÍTICAS | 3 |
| PROCESO..... | 4 |
| PROCEDIMIENTOS..... | 5 |

| | | | | |
|---|--|-------------------------------------|-------------------------|----------------------------------|
|  UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL | MANUAL DE POLÍTICAS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS | Código: C&M/MKT/PCS-2 | Página 2 de 5 | Creado 06/11/2006 |
| | | | | Actualizado 23/01/2007 |
| ADMINISTRAR LA PUBLICIDAD DE LA UCSG | | | | |
| Elaborado por Marketing | Revisado por | Aprobado por | | |

INTRODUCCIÓN

La publicidad interna y externa es canalizada por la Unidad de Marketing, la cual desarrolla un base de datos de agencias publicitarias que previamente se han contactado y revisado. Una vez receptada la información del cliente se procede al asesoramiento adecuado y a la coordinación con la agencia para ejecutarlo. La Unidad de Marketing desarrollará un formato para entregarlo al cliente interno para expresar la necesidad de publicidad.

OBJETIVO

Establecer estrategias que guíen las actividades orientadas a:

- Promocionar los servicios académicos y no académicos de la Universidad para la captación de alumnos de pregrado.
- Asesorar al cliente interno sobre los parámetros y lineamientos que se deben desarrollar en la publicidad.

ALCANCE

Las políticas y procedimientos que se describen en este documento son de aplicación general por parte de todas las instancias mencionadas en el proceso.

RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD

Comunicación y Marketing, a través de las Unidades de “Marketing”, es la responsable de la aplicación y control de cumplimiento de las políticas y procedimientos que rigen el proceso “Publicidad de la UCSG”.


REGISTRO CONTABLE

Las actividades relacionadas con la publicidad están dentro de las funciones y responsabilidades de esta Unidad, por lo tanto esos egresos se aplican al centro de cuentas correspondiente.

La folletería e impresión de la publicidad genera un egreso que se aplica a la Administración Central si es publicidad de la UCSG y a cada centro de cuentas si se refiere a una Unidad específica a un evento específico.

CODIFICACIÓN

El proceso “*administrar la publicidad de la UCSG*” ha sido identificado como **C&M/MKT/PCS-2**.

| | | | | |
|---|--|-------------------------------------|-------------------------|----------------------------------|
|  UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL | MANUAL DE POLÍTICAS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS | Código: C&M/MKT/PCS-2 | Página 3 de 5 | Creado 06/11/2006 |
| | | | | Actualizado 23/01/2007 |
| ADMINISTRAR LA PUBLICIDAD DE LA UCSG | | | | |
| Elaborado por Marketing | Revisado por | Aprobado por | | |

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Publicidad: Es una técnica de comunicación masiva, destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción.

Promoción: Incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.

Relaciones públicas: La creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena "imagen de corporación", y el manejo o desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos.

POLÍTICAS

C&M/MKT/PCS-2/POL-1: TODA PUBLICIDAD DEBE SER TRAMITADA POR LA UNIDAD DE MARKETING


Las Unidades deberán enviar carta a la Dirección solicitando la publicidad que requieren.

C&M/MKT/PCS-2/POL-2: CONTENIDO Y DIFUSIÓN DE LA PUBLICIDAD

Toda publicidad debe contener información relativa a los servicios que presta la UCSG así como los productos educativos que ofrece.

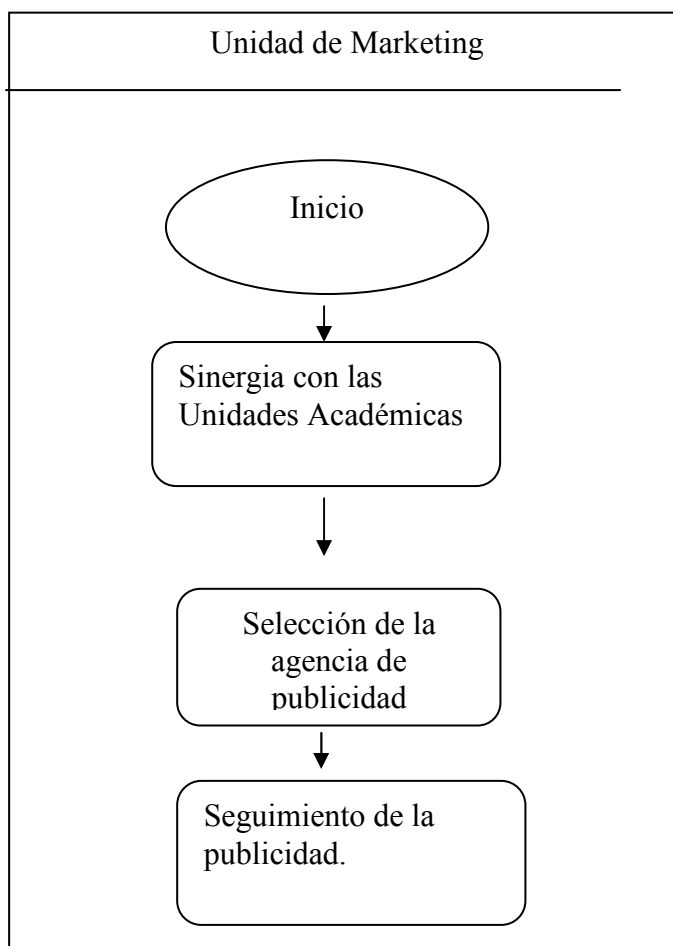
Información relacionados con tendencias políticas, asuntos gremiales y cualquiera que afecte la integridad de la Institución y a cualquiera de sus integrantes será desechado y entregado a las autoridades para las sanciones correspondientes.

La responsabilidad sobre el manejo de la publicidad oficial es la Dirección de Comunicación & Marketing a través de la Unidad de Marketing.

| | | | | |
|---|--|---------------|--------|------------|
|  UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL | MANUAL DE POLÍTICAS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS | Código: | Página | Creado |
| | | C&M/MKT/PCS-2 | 4 de 5 | 06/11/2006 |
| ADMINISTRAR LA PUBLICIDAD DE LA UCSG | | | | |
| Elaborado por Marketing | Revisado por | Aprobado por | | |

PROCESO

C&M/CM/PCS-2: *RESPUESTAS A REQUERIMIENTO DE PUBLICIDAD*





ADMINISTRAR LA PUBLICIDAD DE LA UCSG

Elaborado por
Marketing

Revisado por

Aprobado por

PROCEDIMIENTOS

C&M/CM/PCS-2/: **PUBLICIDAD DE LA UCSG**

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
Procedimiento: Publicidad de la UCSG

Unidad: Marketing Unidades Académicas Agencia de publicidad

