



Universidad Nacional de Trujillo

Oficina de Relaciones e Información

Trujillo, 21 de enero del 2010



OFICIO Nro. 027-2010-ORI/UNT

Señor Mg.
SERGIO QUEZADA LEIVA
Jefe de Abastecimiento
Presente.-

Asunto: Plan de Estrategia Publicitaria N°002-2010/ORI-UNT del CIDUNT -
CICLO FEBRERO 2010.
Ref. : Oficio N° 046-2010-CIDUNT

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo, al mismo tiempo, manifestarle que se ha elaborado el Plan de Estrategia Publicitaria N°002-2010/ORI-UNT del CENTRO DE IDIOMAS -CIDUNT, CICLO FEBRERO 2010, para la Sede Central, solicitado con oficio de la referencia; por tal motivo, se está remitiendo a su despacho los respectivos contratos de publicidad para su suscripción.

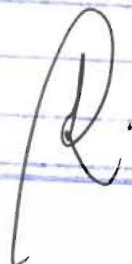
- **Show Mundo Mágico (Ases Producciones)**

Es propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi consideración y estima.

Atentamente,




Lic. Elmer Sánchez Gambini
Jefe de la Oficina de Relaciones e Información

FECHA:	21.01.2010
DESTINADO:	CPC. César Jauregui
PROCESO:	Trámite respectivo
JEFE:	

“Año de la Consolidación Económica y Social del Perú”

Trujillo, 12 de enero de 2009

OFICIO N° 046 – 2010 – CIDUNT

Sr.
Lic. ELMER SÁNCHEZ GAMBINI
Jefe de la Oficina de Relaciones Públicas e Información
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO
Presente.-

Asunto: PLAN PUBLICITARIO PARA MES DE FEBRERO

De mi especial consideración:

Me dirijo a usted para saludarle cordialmente y, a la vez, solicitar la relación de medios de comunicación (radiales, televisivos, impresos y monumentales) autorizados para programar publicidad, correspondiente al Ciclo Académico de **FEBRERO 2010**, para la sede central y la sede de Guadalupe de nuestra institución. Así mismo, sugiero una programación especial (evento para niños) para el programa CIDUNT Kids.

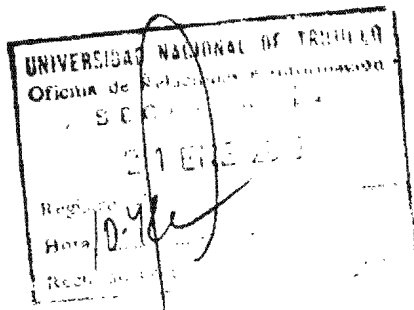
En tal sentido recurro a su despacho para las recomendaciones pertinentes considerando que, la emisión deberá ser según las siguientes fechas:

Sede Central : Segunda quincena del mes de febrero de 2010
Sede Guadalupe : Segunda quincena del mes de febrero de 2010

Así mismo, indicarle que las fechas de inicio del ciclo en mención serán los días **02 Y 03 DE FEBRERO 2010**.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para manifestar a usted las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



**PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA No 002 – 2010/ORI - UNT
CIDUNT CICLO FEBRERO 2010**

I. DATOS GENERALES

- 1. Actividad** : **Publicidad Trujillo**
- 2. Periodo** : **Enero 2010**
- 3. Responsables** : **CIDUNT**
Oficina General de Recursos Económicos y Financieros
Oficina de Abastecimientos
Oficina de Relaciones e Información

II. JUSTIFICACIÓN

Debido a su nueva infraestructura, el CIDUNT ha experimentado un crecimiento que obliga a buscar nuevas estrategias para promocionar los servicios que brinda el CIDUNT que permita captar nuevos estudiantes. El ciclo correspondiente al mes de enero experimentó un alza considerable en convocatoria de nuevos estudiantes. Para estos meses de verano, se pretende darle un mayor impulso a los cursos dirigidos a niños quienes se han convertido en parte del público objetivo de nuestro Centro de Idiomas.

III. PÚBLICO OBJETIVO

Para este ciclo de Febrero – 2010 la campaña estará destinada solo a los niños entre 4 y 10 años; así como a padres de familia.

IV. SELECCION DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En lo que respecta a niños se ha programado un espectáculo a cargo de un reconocido grupo infantil en uno de los locales as concurridos en nuestra ciudad.

RADIOEMIDORAS

1. **Radio Inolvidable** Se trata de emisora que emite música del recuerdo, dirigida especialmente a padres de familia o adultos mayores de 40 años. Es primer lugar en público adulto detrás de RPP, comandando en algunas horas del encendido radial.

V. AVISAJE PUBLICITARIO

1.- RADIO EMISORAS (TRUJILLO)

MEDIO DE COMUNICACIÓN	NUMERO DE AVISOS	NUMERO DE DIAS	MONTO
Radio Inolvidable	Cinco avisos de domingo a viernes	Viernes 21 de enero	S/. 484.48 Inc. IGV
TOTAL			S/. 484.48

2.- OTROS

MEDIO DE COMUNICACIÓN	NUMERO DE AVISOS	NUMERO DE DIAS	MONTO
Show Mundo Mágico	Domingo 17 de enero en Mall Aventura Plaza	01	S/. 2 618.00 Inc. IGV
TOTAL			S/. 2 618.00 Inc. IGV

301

FINALIDAD

La Universidad Nacional de Trujillo, buscará mediante la presente campaña publicitaria:

- Captar mayor cantidad de alumnos en el programa CIDUNT Kids.
- Posicionar las ventajas del nuevo local.
- Identificar al grupo y niños con el Centro de Idiomas de la UNT.
- Crear una imagen fresca y ágil del CIDUNT que compita con la competencia.

COBERTURA

Se pretende cubrir la provincia de Trujillo.

DURACIÓN DE LA CAMPAÑA

La campaña tiene una duración de 15 días en Trujillo.

EQUILIBRIO INFORMATIVO E IMPACTO

En esta campaña se utilizarán el espectáculo para los niños y publicidad a padres en un solo medio de comunicación, esperando captar alumnos para el programa CIDUNT Kids.

PROYECTO DE PRESUPUESTO

La presente campaña esta valorizada en **S/.3 105,18** nuevos soles.