

	<b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR</b>	Código: CI-FO-008
	<b>PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	Versión: 1
	<b>FORMATO PLAN DE MERCADEO</b>	Fecha de aprobación: 30/10/2009

## **PLAN DE MERCADEO DE MEDIOS**

**2021**

 1889 Institución Universitaria <b>BELLAS ARTES Y</b> <b>CIENCIAS DE BOLÍVAR</b> <b>CALIDAD QUE TRASCIENDE</b>	<b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA</b> <b>BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR</b> <b>PROCESO DE COMUNICACIÓN</b> <b>INSTITUCIONAL</b> <b>FORMATO PLAN DE MERCADEO</b>	Código: CI-FO-008  Versión: 1  Fecha de aprobación: 30/10/2009
--	--	---

## Tabla de contenido

JUSTIFICACIÓN .....	3
OBJETIVO .....	3
Objetivos específicos.....	3
CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DEL MERCADO.....	3
COMPETENCIA .....	4
PROMOCIÓN DE PRODUCTO DE LOS COMPETIDORES.....	4
SERVICIOS UNIBAC.....	5
LUGAR DEL DESARROLLO DE PROGRAMAS ACADEMICOS .....	5
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN .....	6
ESTRATEGIA DE PRECIOS .....	6
PRESUPUESTO DE MERCADO .....	6

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-008
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	FORMATO PLAN DE MERCADEO	Fecha de aprobación: 30/10/2009

## JUSTIFICACIÓN

Para la Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar la comunicación con su público interno y externo es una herramienta fundamental para el fortalecimiento de la imagen y su grupo de interés, por ello se hace necesario analizar los diferentes canales de comunicación que permitan llegar a estos públicos y de esta manera poder incrementar el número de estudiantes y generar confianza en la comunidad.

## OBJETIVO

Definir los medios de comunicación e información que permitan el desarrollo del plan de medios para el público interno y externo

### Objetivos específicos

Identificar los canales de comunicación digitales más utilizados por el público objetivo de la Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar.

Definir los Medios y Canales de comunicación para el fortalecimiento de las actividades académicas en el ámbito local y regional.

Posicionar la institución en el ámbito Local y Regional mediante los canales de comunicación e información.

## CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DEL MERCADO.

Para este punto solo identificamos estudiantes y personas interesadas en cursar los programas académicos universitarios y de extensión de la Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar.

CARACTERISTICAS	Universitarios	Cursos de extensión
Edad	16- 25	6 años en adelante
Ocupación	No aplica	No aplica
Estrato	1,2,3,4	1,2,3,4
Nivel educativo	Bachiller Graduado	No aplica

	<b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR</b>	Código: CI-FO-008
	<b>PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	Versión: 1
	<b>FORMATO PLAN DE MERCADEO</b>	Fecha de aprobación: 30/10/2009

## COMPETENCIA

En este punto solo analizaremos las instituciones y las universidades de carácter público

Programas	Universidad y/o Institución Universitaria
Artes Plásticas	Bellas Artes Universidad del Atlántico Bellas Artes Valledupar Universidad del Cesar
Artes Escénicas y/o Arte dramático	Universidad del Atlántico Bellas Artes Valledupar Universidad del Cesar
Música	Universidad del Atlántico Bellas Artes Valledupar Universidad del Cesar Universidad Nacional abierta y a distancia UNAD
Diseño Grafico	Institución Universitaria ITSA
Diseño Industrial	No aplica
Comunicación Audiovisual	UDC con su programa en Comunicación

## PROMOCIÓN DE PRODUCTO DE LOS COMPETIDORES

Programas	Universidad y/o Institución Universitaria	Promoción de productos
Artes Plásticas	Bellas Artes Universidad del Atlántico Bellas Artes Valledupar Universidad del Cesar	Medios Impresos Medios radiales Medios digitales: redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube Página web Canales institucionales
Artes Escénicas y/o Arte dramático	Universidad del Atlántico Bellas Artes Valledupar Universidad del Cesar	Medios Impresos Medios radiales Medios digitales: redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube Página web Canales institucionales

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-008
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	FORMATO PLAN DE MERCADEO	Fecha de aprobación: 30/10/2009

Música	Universidad del Atlántico Bellas Artes Valledupar Universidad del Cesar Universidad Nacional abierta y a distancia UNAD	Medios Impresos Medios radiales Medios digitales: redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube Página web Canales institucionales
Diseño Gráfico	Institución Universitaria ITSA	Medios Impresos Medios radiales Medios digitales: redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube Página web Canales institucionales
Diseño Industrial	No aplica	
Comunicación Audiovisual	UDC con su programa en Comunicación	Medios Impresos Medios radiales Medios digitales: redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube Página web Canales institucionales

## SERVICIOS UNIBAC

La Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar, es una institución de carácter público que forma profesionales integrales, en Música, Artes Plásticas, Artes Escénicas, Diseño Gráfico, Diseño Industrial y Comunicación Audiovisual con espíritu reflexivo, investigativo y participativo, con proyección cultural y social que contribuyan al desarrollo local y Regional.

## LUGAR DEL DESARROLLO DE PROGRAMAS ACADEMICOS

Los programas académicos profesionales de la Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar se desarrollan en la ciudad de Cartagena de manera presencial en las instalaciones ubicadas en el barrio San Diego, y los programas de extensión como talleres de formación tienen una cobertura departamental en los municipios de Barranco de Loba, Pinillos, María La Baja, San Estanislao de Kostka,

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-008
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	FORMATO PLAN DE MERCADEO	Fecha de aprobación: 30/10/2009

Retiro Nuevo, Puerto Santander, San Juan y corregimientos de Barranco de Yuca, Cascajal, Talaigua Nuevo, Cicuco, Lomita Arena, GaleraZamba, San Pablo y algunas Zonas del magdalena medio como Mompox, Zambrano Y Córdoba. Estas actividades se desarrollan en algunos colegios públicos y las casas de la cultura de los mismos municipios y corregimientos, dentro de esta misma cobertura se lleva a cabo la promoción de los programas profesionales.

## ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

### 1. Medios de Comunicación Tradicional

- Impresos
  - Prensa
  - Revista
  - Publicidad Móvil
- Radio
- Televisión

### 2. Medios de Comunicación en internet

- Página web
- Correos electrónicos
- Aplicaciones Móviles
- Redes sociales digitales
  - Facebook
  - Instagram
  - Twitter
  - YouTube

## ESTRATEGIA DE PRECIOS

La oficina de Comunicaciones de la Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar solo plantea la necesidad y el medio más idóneo para el desarrollo publicitario.

## PRESUPUESTO DE MERCADO

El presupuesto del fortalecimiento a las comunicaciones institucionales de UNIBAC depende del presupuesto anual, para la vigencia del año en curso 2021, está establecido en **\\$ 265.671.160** (Doscientos sesenta y cinco millones seiscientos setenta y unos mil ciento sesenta pesos).

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-008
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	FORMATO PLAN DE MERCADEO	Fecha de aprobación: 30/10/2009

Este presupuesto será distribuido de la siguiente manera:

- Servicios profesionales de asesoría en apoyo al desarrollo de actividades propias de la oficina asesora de prensa.
- Prestación de servicios de apoyo a la gestión de la oficina asesora de prensa para la realización de publicidad para radio, televisión, impresos (Periódicos y revistas), virtual, móvil, digital.
- Prestación de servicios de apoyo a la gestión de la oficina de prensa para el fortalecimiento de las comunicaciones institucionales a través de la asesoría, actualización, administración y soporte de la página web de UNIBAC
- Prestación de servicios de apoyo a la gestión para la promoción institucional de Unibac. (Diseño)