



**ESTUDIANTES DE
MERCADOTECNIA: PUBLICIDAD**

SECCIÓN: MS1A

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

ABRIL, 2015

#CONDUCTA
UNIVERSITARIA
⇒ *Conducta ISM*



PROPIUESTA DE MICRO **CAMPAÑA PUBLICITARIA**



ARGUMENTACIÓN

Existen numerosas tendencias teóricas con marcadas diferencias sobre concepciones y modos de organizar los procesos comunicativos en las organizaciones.

Sin embargo, si partimos de fomentar la identidad, a través de la comunicación hacia la formación y compartimiento de los valores, como una tarea inminente. Para ello es imprescindible abordar la comunicación en el contexto universitario de manera coherente e integral. Estudiarla, planificarla, organizarla y evaluarla de manera que contribuya a dar respuesta a la proyección del desarrollo estratégico de los procesos sustantivos del ISUM en función de fomentar los valores y actitudes de la comunidad universitaria a fin de generar su propia identidad.



En la práctica actual, constituye una problemática de las Instituciones de Educación Superior el abordar la gestión de la comunicación desde lo interno, pero que trascienda a lo externo, a través de un conjunto de acciones y procedimientos que contribuyan a la creación de espacios permanentes de información, participación y opinión, los cuales faciliten la integración entre las realizaciones personales e institucionales, fortalezcan la cohesión entre sus miembros y, con ello, fomenten valores que los identifiquen.

De ahí que este trabajo tiene como propósito proponer una estrategia de comunicación interna, para fomentar una identidad universitaria como sustento de los valores institucionales y corresponsabilidad de sus miembros ajustados a las características específicas de una Institución de Educación Superior de vanguardia.



¿POR QUÉ CONDUCTA?



LA CONDUCTA está relacionada a la modalidad que tiene una persona para comportarse en diversos ámbitos de su vida. Esto quiere decir que el término puede emplearse como sinónimo de comportamiento, ya que se refiere a las acciones que desarrolla un sujeto frente a los estímulos que recibe y a los vínculos que establece con su entorno.

Entonces, partiendo de lo anterior expuesto consideramos que una de las consecuencias de una campaña publicitaria como está dirigida a fomentar la identidad un comunidad universitaria hacia su casa de estudios, no es más aquella que modelar su comportamiento, porque cuando te identificas con ella la cuidas, porque la valoras; y asumes la dualidad de una Conducta Universitaria, una conducta ISUM.



OBJETIVO **CAMPAÑA PUBLICITARIA**

Fomentar la identidad universitaria del Instituto Universitario de Mercadotecnia (ISUM) en función de informar, persuadir y recordar su corresponsabilidad en el cuidado de las instalaciones.

TARGET

COMUNIDAD UNIVERSITARIA
DEL ISUM

MARCA

#CONDUCTA UNIVERSITARIA,
CONDUCTA ISUM

SLOGAN

PEQUEÑAS ACCIONES,
GRANDES RESULTADOS

FORMAS Y MEDIOS DE DIFUSIÓN

AFICHES, STIKER, VOLANTES, FULLGRAPHICS,
SALVAPANTALLAS, REDES SOCIALES, PÁGINA WEB ISUM

**ESTUDIANTES DE
MERCADOTECNIA: PUBLICIDAD**

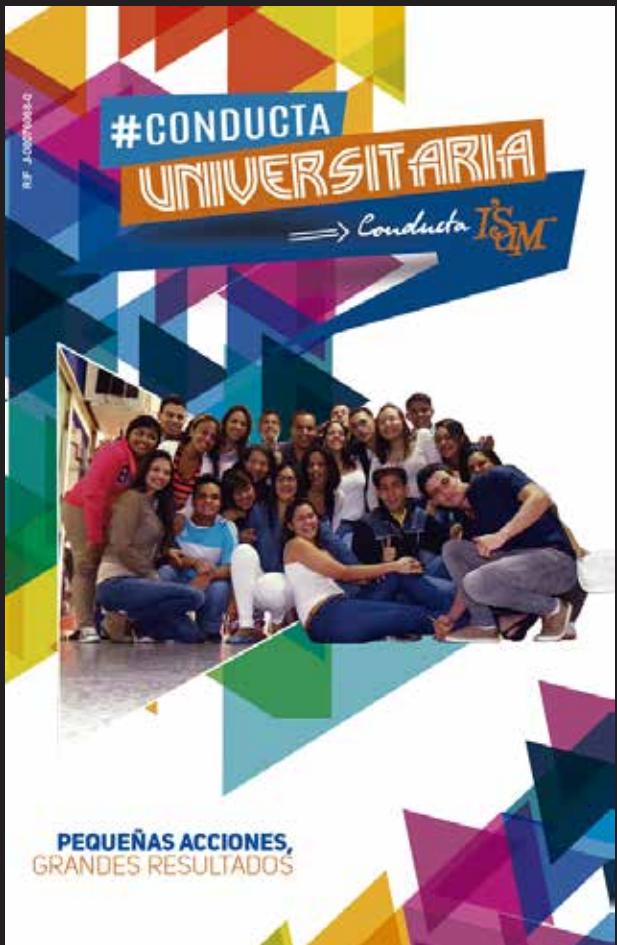
SECCIÓN: MS1A

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS



APLICACIONES DE IDENTIDAD GRÁFICA

AFICHES



BANNER WEB



SALVAPANTALLA



CALCOMANIA



FULLGRAPHICS



PLAN DE **ACCIÓN**, EN SÓLO TRES PASOS

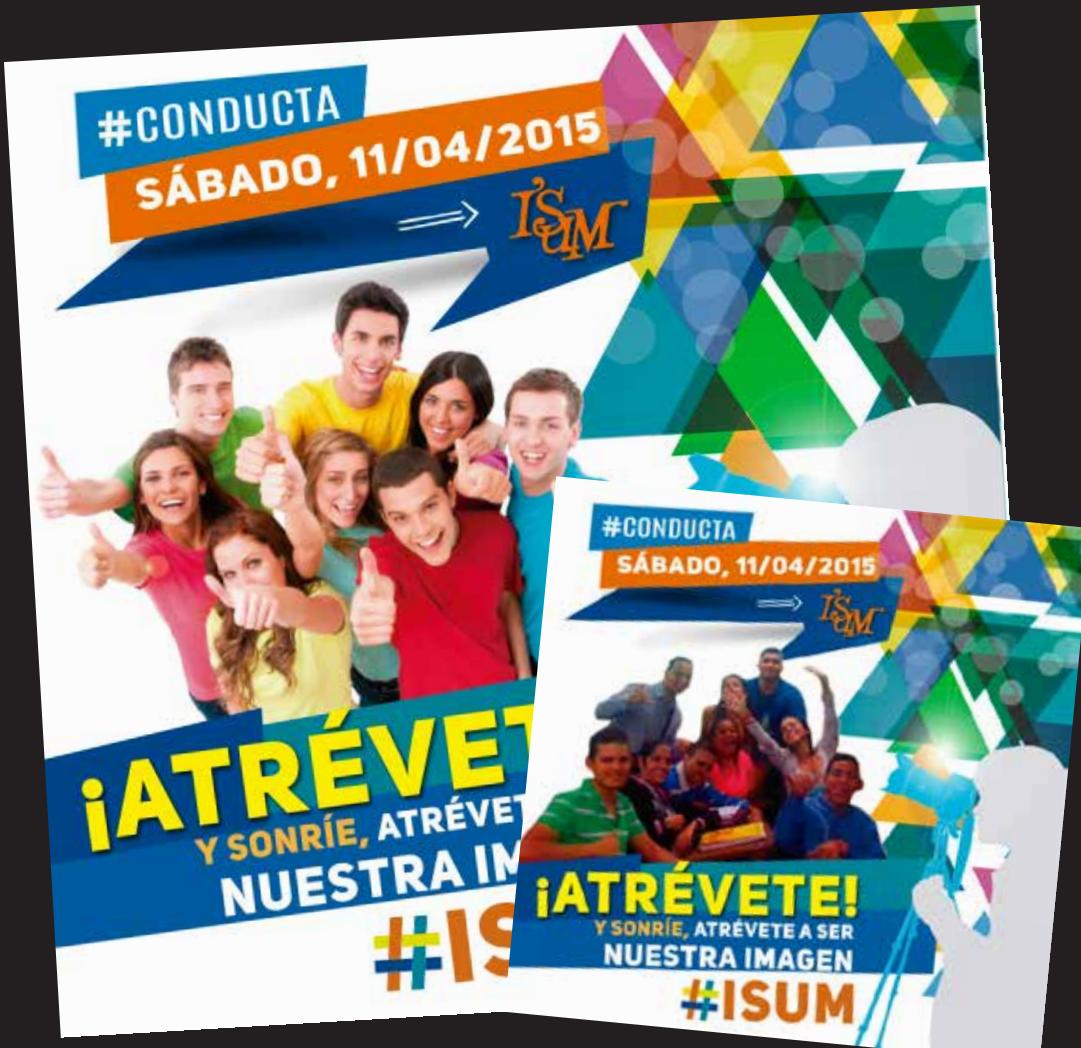


**ESTUDIANTES DE
MERCADOTECNIA: PUBLICIDAD**

SECCIÓN: MS1A

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

ESTRATEGÍA DE CAMPAÑA DE INTRIGA/ TEASER REDES SOCIALES



Medidas: 600x600px Formato: jpg Resolución: 72 dpi



01

CAMPAÑA
DE INTRIGA

08/04/2015
AL 10/04/2015

ACCIÓN:

CIRCULAR EN LAS REDES SOCIALES COMO TWITTER, FACEBOOK ENTRE OTRAS, UNA IMAGEN ADJUNTA ALUSIVA A LA CAMPAÑA CON EL SIGUIENTE MENSAJE:

"ESTE SÁBADO, 11/04/2015 ¡ATRÉVETE! A SER NUESTRA IMAGEN @ISUMCCS #CONDUCTAUNIVERSITARIAISUM", EN ACCIÓN SIMULTÁNEA CON PARTICIPACIÓN DE TODOS LOS ESTUDIANTES DE LA SECCIÓN: MS1A ISUM, DESDE EL **08 AL 10 DE ABRIL DE 2015**, EN LOS SIGUIENTES HORARIOS **9AM, 12PM, 7PM**.

OBJETIVO:

- GENERAR CURIOSIDAD Y EXPECTACIÓN EN LOS USUARIOS DE LAS REDES SOCIALES EN ESPECIAL EN LA COMUNIDAD ISUM, APROVECHANDO LA VIRALIDAD PROPIA DE ESTOS MEDIOS.

HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN LA MEDICIÓN DE COMPORTAMIENTO DE HASHTAGS:

-WWW.HASHTAGS.ORG
-APLICACIÓN TAGBOARD.COM

REQUERIMIENTOS

- Imagen en digital, para su distribución y viralización en las redes sociales.
- Lista de cuentas de twitter y correos electrónicos de estudiantes de la sección: MS1A y posibles aliados.
- Notificar a las autoridades del ISUM del uso de su imagen para campaña de intriga en las redes sociales.



#CONDUCTA
UNIVERSITARIA
⇒ Conducta ISUM



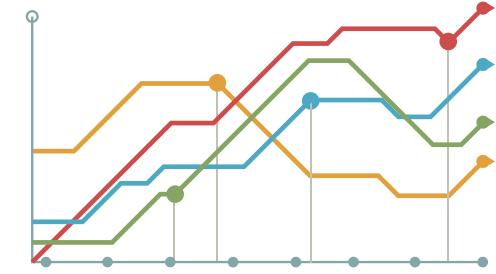
ESTUDIANTES DE
MERCADOTECNIA: PUBLICIDAD

SECCIÓN: MS1A

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

RESULTADOS DE CAMPAÑA DE INTRIGA/ TEASER

08/04/2015 AL 10/04/2015



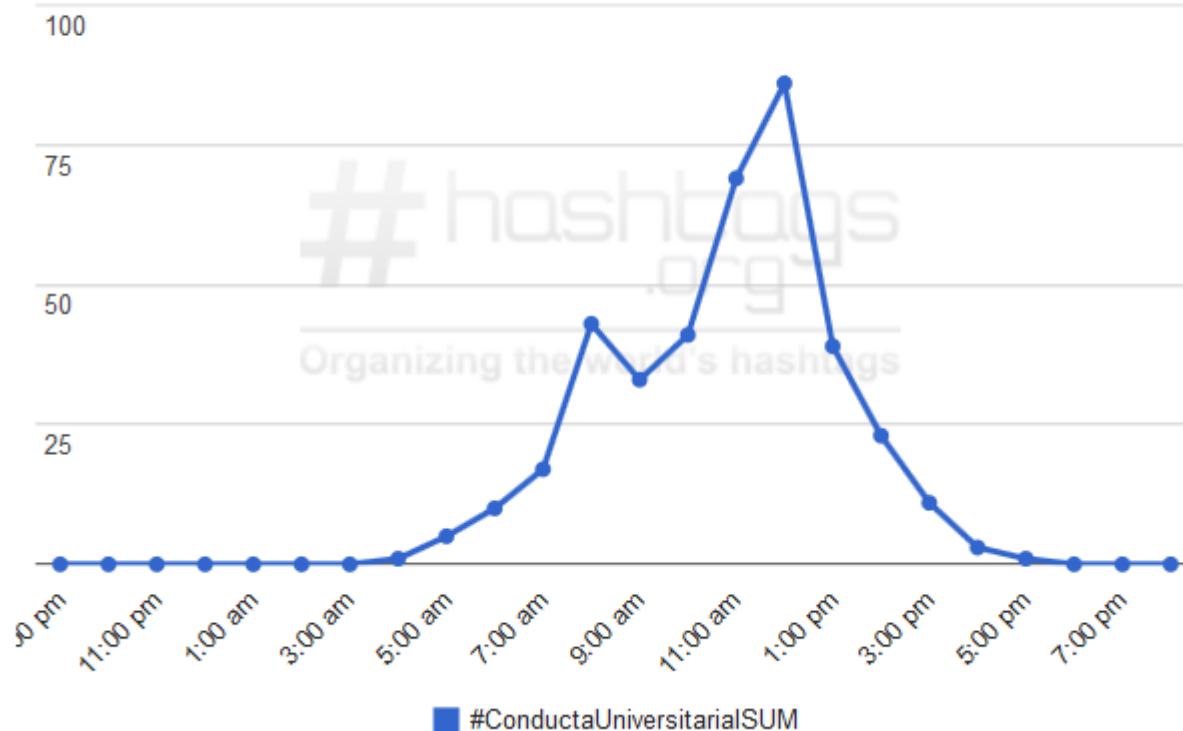
REDES SOCIALES



#ConductaUniversitariaSUM 24-Hour Trend Graph

Upgrade Analytics

Estimated Tweets Per Hour (Based on 1% Sample)



Influencia del Hashtag #ConductaUniversitariaSUM en la red social twitter

PROPULSORES DE HASHTAG

1. Madison Acosta @acosta_madison(Twitter), madisonmarlon_(Instagram)
2. Felipe Rodríguez #design @felipeanndo
3. Raúl Levy @Bonkirito
4. Bonkirita @marianita0407
5. Michael Marquez @elyunior9
6. Alejandra Crespo @aleja_crespo
7. Danilo95 @Danilo9516
8. Kelly Landaeta @lgka19
9. Dai Escalona• @DaiEscalona
10. Daniela @DANY339
11. Evelyn Ascanio @vlyn_scario
12. Adriih Salazar @carola0607
13. David Delgado @DavidDelgaD
14. Virginia Tiapa@tiapav23
15. Kristhyan Iriarte, legendary_cakes(Instagram)
16. Tabatabrujis @1fdf68b78b0c471

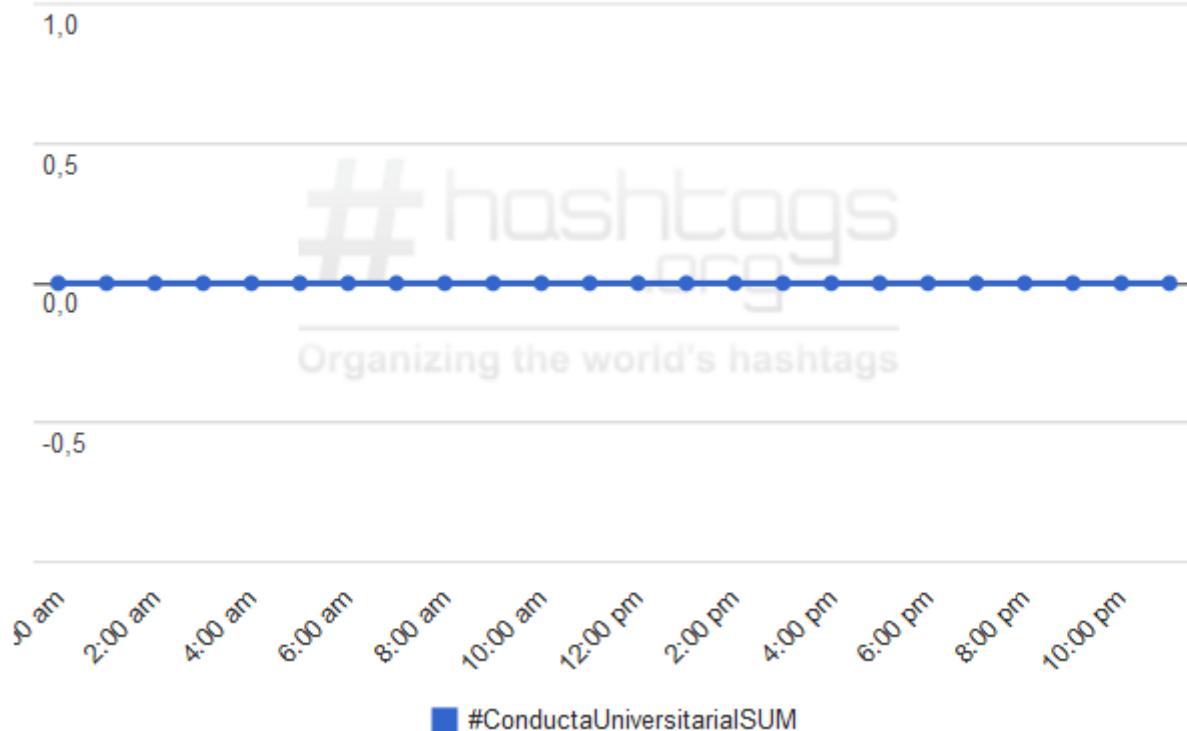
REDES SOCIALES



#ConductaUniversitariaSUM 24-Hour Trend Graph

Upgrade Analytics

Estimated Tweets Per Hour (Based on 1% Sample)



Influencia del Hashtag #ConductaUniversitariaSUM en la red social twitter

PROPULSORES DE HASHTAG

1. Kelly Landaeta @lgka19
2. Dai Escalona @DaiEscalona
3. Felipe Rodríguez #design @felipeanndo
4. Madison Acosta @acosta_madison(Twitter), madisonmarlon_(Instagram)
5. Alejandra Crespo @aleja_crespo
6. Tabatabrujis @1fdf68b78b0c471(twitter), tabataluciano(Instagram)
7. Raúl Levy @Bonkirit0
8. Adriih Salazar @carola0607
9. Virginia Tiapa @tiapav23

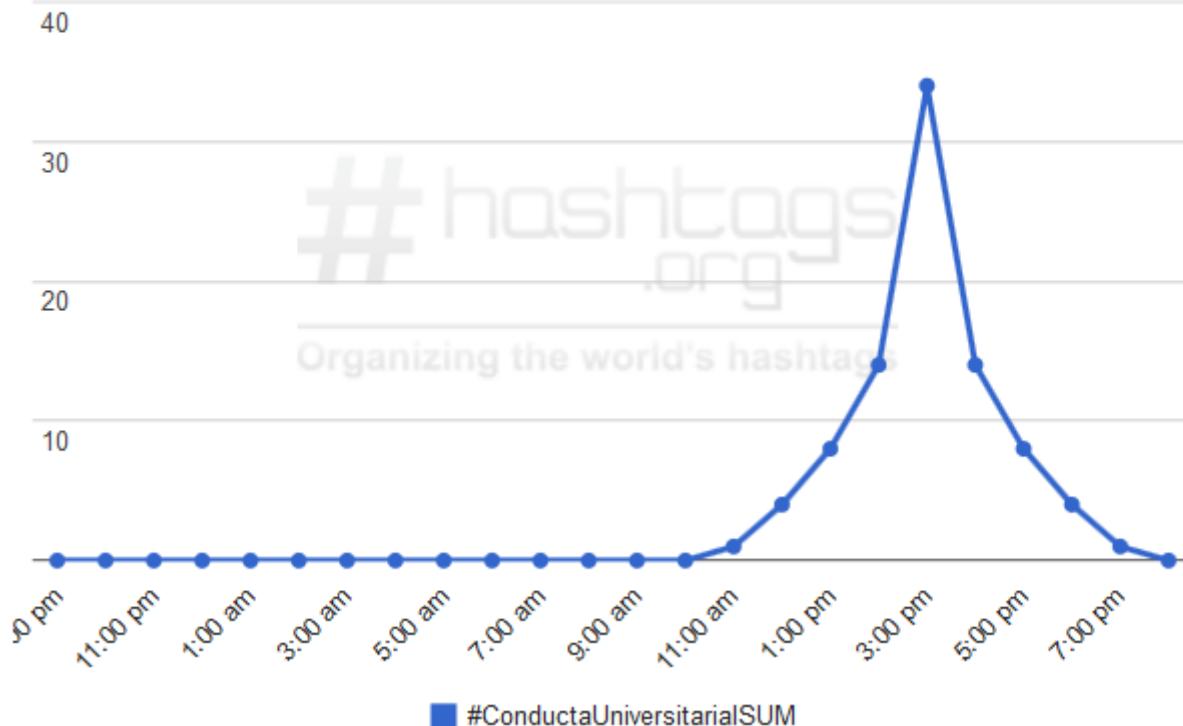
REDES SOCIALES



#ConductaUniversitarioSUM 24-Hour Trend Graph

Upgrade Analytics

Estimated Tweets Per Hour (Based on 1% Sample)



Influencia del Hashtag #ConductaUniversitarioSUM en la red social twitter

PROPULSORES DE HASHTAG

1. Madison Acosta @acosta_madison
2. Evelyn Ascanio @vlyn_scario
3. Felipe Rodriguez #design @felipeannndo
4. Dai Escalona @DaiEscalona
5. Adriih Salazar @carola0607
6. Kelly Landaeta@lgka19
7. Alejandra Crespo @aleja_crespo
8. Raúl Levy @Bonkirito
9. David Delgado @DavidDelgaD
10. Virginia Tiapa @tiapav23
11. Tabatabrujis @1fdf68b78b0c471
12. Yetzali E. Piñero @Yetzali_E

REDES SOCIALES



ANEXOS. COMPORTAMIENTO EN LA RED



REDES SOCIALES

Excelente trabajo los felicito !

Elio Ohep

Director

Instituto Universitario de Mercadotecnia-ISUM

www.isum.com.ve



SESIÓN FOTOGRÁFICA: CAPTACIÓN DE COMUNIDAD ISUM

02

PRE-LANZAMIENTO
CAMPÀÑA
PUBLICITARIA

11/04/2015



ACCIÓN:

MOTIVAR E INVOLUCRAR A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA DEL ISUM A FOTOGRAFIARSE, PARA SER PARTE DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA MEDIANTE SU IMAGEN.

OBJETIVO:

- OBTENER UNA BASE FOTOGRÁFICA DE LA COMUNIDAD ISUM PARA SER UTILIZADA EN LA CAMPAÑA PUBLICITARIA.

REQUERIMIENTOS

- Una o dos cámaras profesionales o semiprofesionales.
- Impresión de un Pendón publicitario con su base. Medidas: 80x110cm
- 2.5 metros de tela muselina, color verde para Chromakey
- Cinta autoadhesiva o clavos para pegar la tela a la pared.
- Tijera
- Cuerda o rollo de pabilo
- Solicitar permisos para usar espacios del ISUM

ESTRATEGÍA DE LANZAMIENTO

AFICHES Y FULLGRAPHICS



AFICHE, TAMAÑO TABLOIDE
Papel Glasse 250 mg



FULLGRAPHICS, DIÁMETRO 60 CM
Vinil Autoadhesivo para piso

03

LANZAMIENTO
CAMPAÑA
PUBLICITARIA

18/04/2015

TOMA DEL
ISUM

ACCIÓN:

EMPAPELADO DE AFICHE Y FULLGRAPHICS EN LUGARES VISIBLES Y DE TRANSITO PEATONAL EN LAS INSTALACIONES DEL ISUM.

OBJETIVO:

- DIFUNDIR EL MENSAJE DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA, EN TRES TEMATICAS VALORES, ECOLOGÍA Y MEJORAS EN LA SITUACIÓN DE ESTACIONAMIENTO DE MOTOS.

REQUERIMIENTOS

- 30 afiches. Tabloide. Papel Glase 250 mg
- 3 fullgraphics. Diámetro 60 cm. Vinil Autoadhesivo para piso.
- Cinta adhesiva grande
- Tijera
- Solicitar permisos a las autoridades del ISUM, de ser necesario

ESTRATEGÍA DE LANZAMIENTO

VOLANTE INFORMATIVO Y CALCOMANIA

03

LANZAMIENTO
CAMPAÑA
PUBLICITARIA

18/04/2015

TOMA DEL
ISUM



VOLANTE INFORMATIVO

Tamaño: Media carta



CALCOMANIA

Diametro 5cm

ACCIÓN:

ENTREGAR VOLANTES INFORMATIVOS A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA
SOBRE LAS NORMAS DE CONVIVENCIA EN EL ISUM
ADEMÁS DE OBSEQUIAR CALCOMANIAS CON EL LOGO DE LA CAMPAÑA.

OBJETIVO:

- REFORZAR EL LLAMADO DE CONCIENCIA A MODELAR Y/O MEJORAR
LA CONVIVENCIA DE LA COMUNIDAD ISUM Y CUIDADO DE LAS
INSTALACIONES EDUCATIVAS.

REQUERIMIENTOS

- Impresión y reproducción de 100 copias por volante
- Impresión de 150 stickers(calcomanía) full color.
Diámetro: 5cm

ESTRATEGÍA DE LANZAMIENTO

DECIDE CON #CONDUCTA UNIVERSITARIA ISUM



03

LANZAMIENTO
CAMPAÑA
PUBLICITARIA

18/04/2015

TOMA DEL
ISUM

ACCIÓN:

COLOCAR UNA PANCARTA CON MENSAJE DE CONCIENTACIÓN, DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES USUARIOS DEL ESTACIONAMIENTO DE MOTOS.

OBJETIVO:

MOTIVAR A LOS ESTUDIANTES MOTORIZADOS MEJORAR EL USO DE LOS ESPACIOS DEL ESTACIONAMIENTO DE MOTOS, PARA ASÍ FACILITAR LA ENTRADA DE SUS DEMÁS COMPAÑEROS Y COMPAÑERAS AL ISUM.

REQUERIMIENTOS

- Impresión en Banner con ojetes de pancarta o PVC (este material es más duradero pero costoso)
Medida: 60x40cm
- 8 tirrasjes grandes para fijar la pancarta a la reja.
- Solicitar permiso a autoridades ISUM

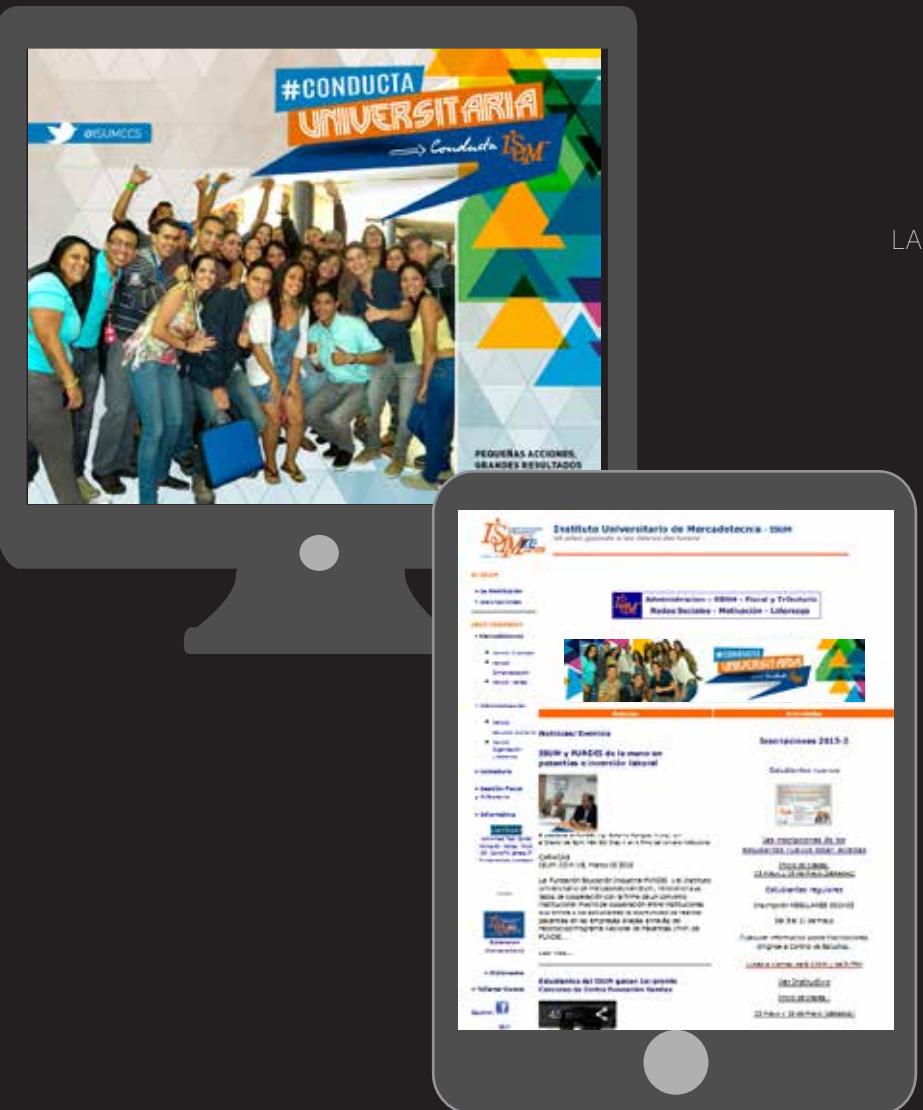
BANNER PÁG WEB, SALVAPANTALLA



LANZAMIENTO
CAMPAÑA
PUBLICITARIA

18/04/2015

TOMA DEL
ISUM



ACCIÓN:

MASIFICAR EL MENSAJE A TRAVÉS OTROS MEDIOS ALTERNATIVOS, COMO LABORATORIOS DE COMPUTADORAS Y OFICINAS ADMINISTRATIVA DEL ISUM

OBJETIVO:

CONSOLIDAR UNA CAMPAÑA INTEGRAL, Y ASÍ GARANTIZAR POSICIONAR NUESTRO MENSAJE A TODA LA COMUNIDAD ISUM.

REQUERIMIENTOS

- Imagen digital de salvapantalla, Mediada:1024x768px
- Imagen digital de salvapantalla, Mediada:662x136px
- Solicitar permiso y colaboración de las autoridades ISUM para distribución de imágenes en laboratorios de informatica y oficinas administrativas, ademas de facilitar banner al webmaster de la página web del instituto.

ESTRATEGÍA DE LANZAMIENTO

REDES SOCIALES ISUM

03

LANZAMIENTO
CAMPÀÑA
PUBLICITARIA

18/04/2015

TOMA DEL
ISUM

Ahora



Después



FACEBOOK

Ahora



Después



TWITTER

ACCIÓN:

REFRESCAMIENTO DE LA IDENTIDAD VISUAL
DE LAS REDES SOCIALES DEL ISUM

OBJETIVO:

GARANTIZAR QUE EL MENSAJE DE LA CAMPAÑA
LLEGUE A UN NUMERO MAYOR DE LA COMUNIDAD ISUM,
USUARIA DE LAS REDES SOCIALES.

REQUERIMIENTOS

- Imágenes en digital a medida, para redes sociales Facebook y twitter.
- Solicitar permiso y colaboración de las autoridades ISUM para que sean usadas en sus redes sociales.

ESTRATEGÍA DE LANZAMIENTO

TOMATE UNA FOTO CON #CONDUCTAUNIVERSITARIAISUM



03

LANZAMIENTO
CAMPAÑA
PUBLICITARIA

18/04/2015
TOMA DEL
ISUM

ACCIÓN:

MOTIVAR A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA, A FOTOGRAFIARSE CON LA CHUPETA DEL LOGO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DESDE SU COTIANDAD EN LOS ESPACIOS DEL ISUM

OBJETIVO:

- OBTENER LAS FOTOS PARA GALERÍA FOTOGRÁFICA QUE SE SOCIALIZARÁ A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES Y/O PÁGINA WEB DEL ISUM

REQUERIMIENTOS

- Una o dos cámaras profesionales, semiprofesionales o cualquiera cámara digital.
- Impresión de marca #ConductaUniversitariaISUM en Vinil autoadhesivo, para colocar sobre superficie dura como anime comprimido o cartón. Medidas: 85x43cm. Agregar un soporte de madera para sostenerlo.

REQUERIMIENTOS **MATERIALES**

***IMPRENTA**

- Un pendón con trípode. Banner. 80x110cm
- 30 afiches full color (10 Valores, 10 Ambiente, 10 Motos). Tabloide. Papel Glase 250 mg
- 3 fullgraphics. Diámetro: 60 cm. Vinil Autoadhesivo para piso.
- 150 copias de volantes (50 Valores, 50 Ambiente, 50 Motos).
- 150 stickers (calcomanía) full color. Diámetro: 5cm
- Una pancarta (motos), 60x40cm. Banner con ojetes o PVC (este material es más duradero pero costoso)
- Impresión de marca **#ConductaUniversitariaSUM** en Vinil autoadhesivo, colocar sobre superficie dura como anime comprimido o cartón. Medidas: 85x43cm. Agregar un soporte de madera para sostenerlo.

OTROS NECESARIOS

- Una o dos cámaras profesionales o semiprofesionales. En su defecto, cualquiera cámara digital servirá.
- 2.5 metros de tela muselina, color verde para Chromakey, se utilizaría en la sesión de fotos de los estudiantes.
- Cinta autoadhesiva grande o clavos para pegar la tela a la pared.
- Tijeras
- Cuerda o rollo de pabilo
- 8 tiras grandes para fijar la pancarta a la reja.

*con esta información inicial puede solicitar presupuesto y determinar costos.