

Dependencia o Entidad: Instituto Politécnico Nacional
Naturaleza Jurídica: Organismo Desconcentrado
Cabeza de sector: Secretaría de Educación Pública
Fecha de elaboración: 10 de diciembre de 2018

Misión:

EL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL CONTRIBUYE AL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA NACIÓN, A TRAVÉS DE LA FORMACIÓN INTEGRAL DE PERSONAS COMPETENTES; DE LA INVESTIGACIÓN, EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA INNOVACIÓN. ADEMÁS TIENE RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL POR SU CALIDAD E IMPACTO SOCIAL.

Visión:

INSTITUCIÓN EDUCATIVA INCLUYENTE DE PRESTIGIO INTERNACIONAL, QUE CON SU COMUNIDAD CONTRIBUYE AL DESARROLLO CIENTÍFICO, TECNOLÓGICO E INNOVACIÓN CON IMPACTO SOCIAL EN EL PAÍS.

Objetivo Institucional:

CONSOLIDARSE COMO INSTITUCIÓN RECTORA DE LA ENSEÑANZA TÉCNICA DEL PAÍS.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

REALIZAR CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN MÁS EFECTIVAS Y DE MAYOR IMPACTO TANTO EN LA COMUNIDAD POLITÉCNICA COMO EN LA SOCIEDAD EN GENERAL, QUE COADYUVEN A LOGRAR UNA IMAGEN MÁS POSITIVA DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL.

Metas Nacionales del PND (elija con una "x"):

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1.- MÉXICO EN PAZ | <input type="checkbox"/> 2.- MÉXICO INCLUYENTE |
| <input checked="" type="checkbox"/> 3.- MÉXICO CON EDUCACIÓN DE CALIDAD | <input type="checkbox"/> 4.- MÉXICO PROSPERO |
| <input type="checkbox"/> 5.- MÉXICO CON RESPONSABILIDAD GLOBAL | |

Meta (s) nacional (es) que registrarán el programa de comunicación:

MÉXICO CON EDUCACIÓN DE CALIDAD,

Lic. Eduardo Gutiérrez Campos

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Lic. Blanca Beatriz Martínez Becerra

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

Estrategias Transversales del PND (elija con una "x"):

1.- Democratizar la Productividad

2.- Gobierno Cercano y Moderno

3.- Perspectiva de Género

Estrategia (s) transversal (es) que regirán el programa de comunicación:

Democratizar la Productividad, Perspectiva de Género,

	Programa Sectorial y/o Especial	Objetivos Estratégicos y/o Transversales	Temas Específicos Derivadores de los Objetivos Estratégicos y/o Transversales
1.-	PROGRAMA SECTORIAL DE EDUCACIÓN 2013 - 2018	3.1.3 HABILITAR NUEVOS SERVICIOS EDUCATIVOS Y AMPLIAR LOS EXISTENTES DONDE LO JUSTIFIQUEN LOS ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD AVALADOS POR LOS ORGANOS DE PLANEACIÓN DE LOS ESTADOS.	ADMISIÓN A LAS LICENCIATURAS DEL IPN.
2.-	PROGRAMA SECTORIAL DE EDUCACIÓN 2013 - 2018	5.1.4 FORTALECER LA EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN MATERIA ARTÍSTICA Y CULTURAL.	FOMENTO A LA CULTURA Y EL DEPORTE.
3.-	PROGRAMA SECTORIAL DE EDUCACIÓN 2013 - 2018	3.5.2 ALENTAR Y PROMOVER MODELOS Y PRACTICAS ESCOLARES QUE PERMITAN LA INCLUSIÓN EN TODOS LOS NIVELES EDUCATIVOS.	OFERTA EDITORIAL Y EDUCATIVA DEL IPN.
4.-	PROGRAMA SECTORIAL DE EDUCACIÓN 2013 - 2018	6.1.3 APOYAR MECANISMOS PARA LA MEDICIÓN DE LA PERCEPCIÓN SOCIAL DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA EN EL PAÍS.	AVANCES DEL INSTITUTO.

MEDIOS ELECTRÓNICOS	<u>940,00</u>
MEDIOS IMPRESOS	<u>14.591,65</u>
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	<u>2.425,00</u>

ESTUDIOS	<u>190,00</u>
DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	<u>0,00</u>
TOTAL	<u>18.146,65</u>

Lic. Eduardo Gutiérrez Campos

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Lic. Blanca Beatriz Martínez Becerra

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2018

Dependencia o Entidad:

Instituto Politécnico Nacional

Fecha de elaboración:

10 de diciembre de 2018

miles de pesos /
I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36101:

18146.65

ACUMULADO EN CAMPANAS:

18146.65

CAMPAÑA 1

Datos generales	Medios a utilizar				Recursos programados por tipo medio	
	Tiempos oficiales		Tiempos comerciales			
	TV	Radio	TV	Radio		
Nombre de la campaña:	CONVOCATORIAS				Televisoras	0,00
Versión(es):	CONVOCATORIA DE INGRESO , PROMOVER LA EDUCACIÓN VIRTUAL ADMISIÓN A LAS LICENCIATURAS DEL IPN.				Radiodifusoras	0,00
Tema específico:	INVITAR A LOS ESTUDIANTES A PARTICIPAR EN EL PROCESO DE ADMISIÓN A LAS ESCUELAS, CENTROS Y UNIDADES DE LOS NIVELES MEDIO SUPERIOR, SUPERIOR Y POSGRADO EN LAS MODALIDADES DE ENSEÑANZA PRESENCIAL Y A DISTANCIA.				Cine	0,00
Objetivo de comunicación:	Servicios de Gobierno				Diarios Editados en el D.F.	3.079,43
Clasificación de campaña:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL				Diarios Editados en los Estados	1.923,23
Coemisor:	13 A 18, 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44 AÑOS				Diarios Editados en el Extranjero	0,00
Población objetivo:	NSE: C+, C, D+, D				Revistas	0,00
Vigencia de la campaña:					Medios Complementarios	0,00
					Medios Digitales	0,00
					Pre-Estudios	0,00
					Post-Estudios	0,00
					Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	0,00
					Presupuesto asignado a la campaña:	5.002,66
					Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:	27,57%

Etapas	Fechas
1	01 de marzo de 2018 al 16 de marzo de 2018
2	08 de marzo de 2018 al 23 de marzo de 2018

Lic. Eduardo Gutiérrez Campos

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Lic. Blanca Beatriz Martínez Becerra

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

CAMPAÑA 2

Datos generales		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio	
		Tiempos oficiales	Tiempos comerciales		
		TV <input type="text"/>	TV <input type="text"/>		
Nombre de la campaña:	EXPOSICIONES Y FERIAS		Radio <input type="text"/>	Radio <input type="text"/>	
Versión(es):	EXPOPROFESIOGRÁFICA NIVEL SUPERIOR, EXPOPROFESIOGRÁFICA A NIVEL MEDIO SUPERIOR , FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO				
Tema específico:	OFERTA EDITORIAL Y EDUCATIVA DEL IPN.				
Objetivo de comunicación:	DAR A CONOCER A LA POBLACIÓN OBJETIVO LA OFERTA EDITORIAL DEL IPN Y LAS DIFERENTES OPCIONES EDUCATIVAS.				
Clasificación de campaña:	Servicios de Gobierno				
Coemisor:					
Población objetivo:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA		Televisoras		0,00
	13 A 18, 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44 AÑOS		Radiodifusoras		0,00
	NSE: C+, C, D+, D		Cine		0,00
Vigencia de la campaña:			Diaros Editados en el D.F.		4.662,78
			Diaros Editados en los Estados		202,00
			Diaros Editados en el Extranjero		0,00
			Revistas		517,20
			Medios Complementarios		800,00
			Medios Digitales		690,00
			Pre-Estudios		0,00
			Post-Estudios		190,00
			Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		0,00
			Presupuesto asignado a la campaña:		7.061,98
			Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:		38,92%

Etapas	Fechas
1	12 de febrero de 2018 al 26 de febrero de 2018
2	01 de agosto de 2018 al 31 de agosto de 2018
3	01 de noviembre de 2018 al 30 de noviembre de 2018

Lic. Eduardo Gutiérrez Campos

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Lic. Blanca Beatriz Martínez Becerra

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

CAMPAÑA 3

Datos generales		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio	
		Tiempos oficiales	Tiempos comerciales		
		TV <input type="text"/>	TV <input type="text"/>		
Radio <input type="text"/>	Radio <input type="text"/>				
Nombre de la campaña:	DIFUSIÓN CULTURAL			Televisoras	0,00
Versión(es):	ORQUESTA IPN, ORQUESTA IPN II ETAPA, ORQUESTA IPN III ETAPA			Radiodifusoras	0,00
Tema específico:	FOMENTO A LA CULTURA Y EL DEPORTE.			Cine	0,00
Objetivo de comunicación:	INFORMAR A LA POBLACIÓN OBJETIVO DE LOS CONCIERTOS DE LA ORQUESTA SINFÓNICA DEL IPN.			Diaros Editados en el D.F.	1.762,83
Clasificación de campaña:	Servicios de Gobierno			Diaros Editados en los Estados	0,00
Coemisor:				Diaros Editados en el Extranjero	0,00
Población objetivo:	HOMBRES Y MUJERES		POBLACIÓN: URBANA	Revistas	0,00
	13 A 18, 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44 AÑOS			Medios Complementarios	0,00
	NSE: C+, C, D+, D			Medios Digitales	0,00
Vigencia de la campaña:	Etapas		Fechas	Pre-Estudios	0,00
	1	21 de febrero de 2018 al 23 de marzo de 2018		Post-Estudios	0,00
	2	01 de abril de 2018 al 30 de junio de 2018		Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y	0,00
	3	04 de septiembre de 2018 al 06 de diciembre de 2018		Presupuesto asignado a la campaña:	1.762,83
				Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:	9,71 %

Lic. Eduardo Gutiérrez Campos

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Lic. Blanca Beatriz Martínez Becerra

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

CAMPAÑA 4

Datos generales	
Nombre de la campaña:	CARRERA IPN ONCEK
Versión(es):	CONVOCATORIA CARRERA IPN ONCEK
Tema específico:	FOMENTO A LA CULTURA Y EL DEPORTE.
Objetivo de comunicación:	DAR A CONOCER A LA POBLACIÓN OBJETIVO LA CONVOCATORIA A LA CARRERA IPN ONCEK, A FIN DE FOMENTAR EL DEPORTE.
Clasificación de campaña:	Servicios de Gobierno
Coemisor:	
Población objetivo:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL 13 A 18, 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS NSE: C+, C, D+

Vigencia de la campaña:	
Etapas	Fechas
1	01 de abril de 2018 al 23 de mayo de 2018

Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio
Tiempos oficiales	Tiempos comerciales	
TV <input type="text"/>	TV <input type="text"/>	
Radio <input type="text"/>	Radio <input type="text"/>	
Televisoras		0,00
Radiodifusoras		0,00
Cine		0,00
Diaros Editados en el D.F.		530,85
Diaros Editados en los Estados		635,21
Diaros Editados en el Extranjero		0,00
Revistas		0,00
Medios Complementarios		1.125,00
Medios Digitales		0,00
Pre-Estudios		0,00
Post-Estudios		0,00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		0,00
Presupuesto asignado a la campaña:		2.291,06
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:		12,63%

Lic. Eduardo Gutiérrez Campos

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Lic. Blanca Beatriz Martínez Becerra

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

CAMPAÑA 5

Datos generales	
Nombre de la campaña:	ACTIVIDADES POLITÉCNICAS
Versión(es):	LA TÉCNICA AL SERVICIO DE LA PATRIA
Tema específico:	AVANCES DEL INSTITUTO.
Objetivo de comunicación:	DAR A CONOCER LOS AVANCES CIENTIFICOS Y TECNOLÓGICOS DEL IPN.
Clasificación de campaña:	Servicios de Gobierno
Coemisor:	
Población objetivo:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44 AÑOS NSE: C+, C, D+, D, E

Vigencia de la campaña:	
Etapas	Fechas
1	14 de septiembre de 2018 al 09 de noviembre de 2018

Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio
Tiempos oficiales	Tiempos comerciales	
TV	TV	
Radio	Radio	
Televisoras		0,00
Radiodifusoras		0,00
Cine		0,00
Diarios Editados en el D.F.		1.278,12
Diarios Editados en los Estados		0,00
Diarios Editados en el Extranjero		0,00
Revistas		0,00
Medios Complementarios		500,00
Medios Digitales		250,00
Pre-Estudios		0,00
Post-Estudios		0,00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y		0,00
Presupuesto asignado a la campaña:		2.028,12
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:		11,18%

Lic. Eduardo Gutiérrez Campos

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Lic. Blanca Beatriz Martínez Becerra

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad