

Plan de comunicación

Unidad organizadora:

Coordinador responsable:

Fecha:

Correo electrónico:

Nombre propuesto de la campaña:

Se recomienda que antes de elaborar el Plan de Comunicación se pueda realizar algún diagnóstico o evaluación del plan de comunicación anterior.

1. Objetivos comunicacionales (qué se quiere lograr):

2. Público objetivo (perfil del público):

3. Mensaje fuerza (si es pertinente):

4. Medios institucionales:

5. Estrategia comunicacional (cómo se logrará el objetivo):

6. Acciones comunicacionales medibles (descripción de las acciones a realizar):

7. Indicadores y evaluación (cómo se medirá):

8. Cronograma de actividades:

9. Presupuesto: