

<b>MACROPROCESO MARKETING Y COMUNICACIÓN EXTERNA</b>	<b>Código:</b> PE04.01
	<b>Fecha aprobación:</b> Feb/2024
<b>PLAN DE PUBLICIDAD</b>	
	<b>Versión:</b> 2.0 WEB*

**RESULTADOS ESPERADOS Y ENFOQUE DEL PROCESO**

**DATOS DE IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO**

<b>MACROPROCESO</b> <i>(Según mapa de procesos de la organización)</i>	MARKETING Y COMUNICACIÓN EXTERNA		
<b>PROCESO</b>	PE04.01 PLAN DE PUBLICIDAD	<b>ALCANCE</b>	Titulaciones Oficiales
<b>SUBPROCESOS</b>			
<b>RESPONSABLE</b> <i>(Incluir Departamento responsable)</i>	Área de Marketing y Comunicación		

**OBJETIVO GENERAL DEL PROCESO** Captación leads de potenciales estudiantes y continua optimización

OBJETIVOS OPERATIVOS DEL PROCESO O RESULTADOS ESPERADOS			ALINEACIÓN CON ODS	ALINEACIÓN CON EL PLAN ESTRATÉGICO	
Nº	Descripción del Objetivo/resultado esperado del proceso	Nº	Objetivo Desarrollo Sostenible	Nº	Objetivo relacionado del Plan Estratégico
1	Alcanzar el número objetivo de captación de leads por titulación estimado				
2	Conseguir los mejores costes de captación				
3	Cumplir el presupuesto asignado para captación por segmento de negocio				
4	Asegurar una correcta imagen de marca y propuesta de valor en las campañas				

GRUPOS DE INTERÉS <i>(Afectados)</i>	EXPECTATIVAS Y NECESIDADES <i>(Por qué es importante para el grupo de interés/Cómo se ve beneficiado)</i>
Consejo de Gobierno	Conocer la oferta formativa y propuesta de valor de cada titulación
Departamento de Ventas	Lograr que los leads conduzcan a la matriculación de estudiantes
PDI	Aumentar el número de estudiantes matriculados en la universidad
PAS	
Estudiantes	
Empleadores	

<b>MACROPROCESO MARKETING Y COMUNICACIÓN EXTERNA</b>	<b>Código:</b> PE04.01
	<b>Fecha aprobación:</b> Feb/2024
<b>PLAN DE PUBLICIDAD</b>	
	<b>Versión:</b> 2.0 WEB*

### REQUISITOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DEL PROCESO

<b>Proveedores</b> <i>(Qué departamento entrega)</i>	<b>Elementos de Entrada</b> <i>(Qué entrega)</i>	<b>Elementos de Salida</b> <i>(Cuál es la finalización del proceso)</i>	<b>Destinatarios</b> <i>(Quién lo recibe)</i>
Marketing	Información relacionada con: posicionamiento de la UAX, oferta formativa de la UAX y análisis de mercado	Budget de campaña	Grupos de interés – target (PDI, PAS, potenciales estudiantes)
Agencia de diseño	Información obtenida durante los seguimientos diarios, semanal y mensual	Página web Creatividades Videos Copies	

### REQUISITOS NORMATIVOS

SISCAL		ISO 9001:2015	
<b>Criterio</b>	<b>7. Información pública y transparencia y rendición de cuentas.</b>	<b>Cláusula</b>	<b>4. contexto de la Organización.</b>
<b>Directriz</b>	7.1. El centro debe tener implementados procedimientos para publicar, revisar y actualizar información clara, fiable, objetiva y fácilmente accesible sobre sus programas formativos y otras actividades relevantes.	<b>Subcláusula</b>	4.1. Comprensión de la organización y de su contexto. 4.2. Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas.
		<b>Cláusula</b>	<b>7. Apoyo</b>
		<b>Subcláusula</b>	7.4. Comunicación.

### REGISTROS Y DOCUMENTOS RELACIONADOS

<b>REGISTROS</b> <i>(Resumen de los registros incluidos en la descripción de las actividades)</i>	
<b>Código</b> <i>A rellenar Calidad</i>	<b>Registro</b>
	Budget de campaña
	Dashboard de Gestión (Campaña, Publicidad y Conversión)
	Ficha evolución CTR
	Ficha forecast vs inversión real
	Ficha de creatividades

<b>PROCESOS, REGISTROS / FORMATOS Y DOCUMENTOS INTERNOS RELACIONADOS</b> <i>(Otros registros que es necesario tener y que pertenecen a otros procesos)</i>	
<b>Código</b> <i>A rellenar Calidad</i>	<b>Registro</b>
	Planificación estratégica y operativa
	Listado de titulaciones aprobado
	Solicitudes de actualización de la información web

<b>DOCUMENTOS EXTERNOS RELACIONADOS</b> <i>(Normativa, legislación aplicable, etc...)</i>
<b>Ley General de Publicidad</b> 34/1988, de 11 de noviembre, LGP.
Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, sobre <b>publicidad</b> engañosa y <b>publicidad</b> comparativa.
<b>Ley</b> 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal (LCD)

<b>MACROPROCESO MARKETING Y COMUNICACIÓN EXTERNA</b>	<b>Código:</b> PE04.01
	<b>Fecha aprobación:</b> Feb/2024
<b>PLAN DE PUBLICIDAD</b>	
	<b>Versión:</b> 2.0 WEB*

Ficha copies			
Plataforma de campañas			

**OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS:**

**VALIDACIÓN DEL PROCESO**

ELABORA	REvisa	APRUEBA
ÁREA MARKETING	VICERRECTORADO DE ESTUDIOS Y CALIDAD	CONSEJERO DELEGADO

**HISTORIAL DE MODIFICACIONES**

REVISIÓN	FECHA	CAMBIOS
01	Feb/23	Edición inicial del documento.
02	Feb/24	Inclusión criterios y requisitos SISCAL e ISO. Revisión de indicadores

**\* VERSIÓN WEB:**

La información de los apartados relacionados con: Sistemas de Seguimiento, Recursos Necesarios, Despliegue del Proceso, Riesgos e Indicadores no se muestra en esta versión.