


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

RESULTADOS ESPERADOS Y ENFOQUE DEL PROCESO
DATOS DE IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

MACROPROCESO <i>(Según mapa de procesos de la organización)</i>	MARKETING Y COMUNICACIÓN EXTERNA		
PROCESO	PE04.01 PLAN DE PUBLICIDAD	ALCANCE	Titulaciones Oficiales
SUBPROCESOS			
RESPONSABLE <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	

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

REQUISITOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DEL PROCESO			
Proveedores <i>(Qué departamento entrega)</i>	Elementos de Entrada <i>(Qué entrega)</i>	Elementos de Salida <i>(Cuál es la finalización del proceso)</i>	Destinatarios <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	
Criterio	7. Información pública y transparencia y rendición de cuentas.	Cláusula	4. contexto de la Organización.
Directriz	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.	Subcláusula	4.1. Comprensión de la organización y de su contexto. 4.2. Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas.
		Cláusula	7. Apoyo
		Subcláusula	7.4. Comunicación.

REGISTROS Y DOCUMENTOS RELACIONADOS

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

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

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

MACROPROCESO MARKETING Y COMUNICACIÓN EXTERNA	Código: PE04.01
	Fecha aprobación: Feb/2024
PLAN DE PUBLICIDAD	
	Versión: 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.