

**PROYECTO EJECUTIVO
EJE DIFUSIÓN 2014**

I. Nombre y número del proyecto
1. Nombre del proyecto:
2. Número del proyecto:

<p>II. Información General de la Campaña</p> <p>Nombre de la Campaña:</p> <p>Versión (es):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 4. 5. 6. <p>1) Cobertura territorial:</p> <p>2) Población objetivo:</p> <p style="margin-left: 20px;">a) primaria</p> <p style="margin-left: 20px;">b) secundaria</p> <p>no es nivel académico, es por el impacto a la que va dirigida, primaria es la población objetivo, secundaria es la población a la que adicionalmente se impacta a través de la acción de difusión</p>

3) Continuidad de Acciones de 2010 a la fecha

Medios	Año								TOTAL	
	2010		2011		2012		2013		ACCIONES	COBERTURA
	ACCIONES	COBERTURA 1) Territorial 2) Población objetivo	ACCIONES	COBERTURA 1) Territorial 2) Población objetivo	ACCIONES	COBERTURA 1) Territorial 2) Población objetivo	ACCIONES	COBERTURA 1) Territorial 2) Población objetivo		
Televisoras										
Radiodifusoras										
Periódicos										
Revistas										
Medios Digitales										
Medios Complementario, especificar:										
TOTAL										

4) Plan de medios a utilizar

Medios de difusión a utilizar	(Número)	Formato del mensaje
Televisoras		

Radiodifusoras		
Periódicos		
Revistas		
Medios Digitales		
Medios Complementario, especificar:		
Razones por la utilización de estos medios:		

III. Antecedentes		
Marcar con una X si el proyecto es:		
	si	no
1. Continuación de un proyecto anterior	si	no
A. Nombre de la acción previamente ejecutada.		
B. Número de acciones previamente ejecutadas.		
C. Público objetivo: Primaria: Secundaria:		
D. Cobertura territorial:		
	si	No
2. Nuevo proyecto	si	No

IV. Objetivos de este Proyecto de Difusión.
1) Objetivo general del proyecto:
2) Objetivos específicos:
a. Objetivo Específico :
b. Objetivo Específico :
c. Objetivo Específico 3:

V. Metas e indicadores
1. Metas
a. Meta final del Objetivo general:
b. Meta final de cada Objetivo específico:
2. Indicadores del Objetivo General
a. Evaluación de la campaña:
b. Conocimiento del Público objetivo:
del Objetivo Específico 1
a. Viabilidad del mensaje transmitido
b. Cobertura específico
del Objetivo Específico 2
a. Viabilidad del mensaje transmitido
b. Cobertura específico
del Objetivo Específico 3
a. Viabilidad del mensaje transmitido
b. Cobertura específico

VI. Acciones para el logro del proyecto

Acción	Días necesarios para el desarrollo de la acción	Fecha de inicio y fecha tentativa de fin de la acción	febrero				marzo				abril			
			semanas				semanas				semanas			

VII. Recursos y costos

Acción	Descripción	Costo unitario	Desglose de costo	Costo total
--------	-------------	----------------	-------------------	-------------



			(Especificar y desglosar por rubro de costo una de las actividades necesarias para realizar la acción, por ejemplo: impresos, Diseño, producción, post producción, folletos, carteles, costo de tiempo en radio, costo de tiempo por televisión, etc.). Señalar otros recursos involucrados	(I.V.A incluido)

IX. Información complementaria

Nombre y firma del responsable de la Instancia Operadora

Nombre y firma del Titular del Órgano Implementador