

Universidad Autónoma de Chiriquí  
Servicio Social Universitario  
Formulario de Anteproyectos  
Formulario 0001

PROYECTO #. EG/30001/SSU 0004/PUB/0002/PUB/Fl/2014

NOMBRE DEL PROYECTO: Campaña Promocional para la Licenciatura de Publicidad

FACULTAD: Comunicación Social

ESCUELA: Publicidad

INSTITUCIÓN: Universidad Autónoma de Chiriquí

ORGANIZACIÓN:

Docente Director: Milagros Del Carmen Sarria

Cantidad de Estudiantes: 17

Ubicación del Proyecto: Facultad de Comunicación Social

Nombre y Cédula de Estudiantes que desarrollan el proyecto

1. Ahdieh Flores	4-761-187	822465
2. Alvaro Cortez	4-767-2472	817036
3. Brayan Camarena	4-770-2107	822041
4. Coning Y.Gutiérrez R.	4-757-1738	827785
5. Ever Serpa	8-671-1662	819946
6. Greivin Viquez	4-777-209	819950
7. Isamar Gómez	4-771-747	829196
8. Ivette Serrud	4-770-2426	819272
9. José L. Araúz	4-740-2420	810242
10. Juan Otero	4-769-797	825689
11. Katherine Del Cid	4.743-1915	822696
12. Natasha Pinzón	4-762-2360	815164
13. Yaritza López	4-763-123	819221
14. Yinny Quintero	4-765-2197	827786

## **Justificación:**

Se hace necesario aumentar la matrícula de estudiantes en la Escuela de Publicidad, la cual ha venido mermando, debido a la falta de promoción en los últimos años a nivel interno de la UNACHI.

Para lograr este propósito, se realizará una Campaña de motivación e información dirigida a los estudiantes de los grupos de Publicidad (I, II, III y IV año), con el fin de lograr en ellos un mayor grado de pertenencia hacia la Carrera; de forma tal que conozcan su Visión, Misión, Valores, Objetivos. Además de las competencias genéricas y específicas que logra el futuro Licenciado de Publicidad; incluso, que distinga y valore el amplio campo de esta iniciativa, permitirá que los estudiantes de nuestra Escuela se conviertan en los más importantes portadores de lo que es un Publicista; de esa forma lograr su permanencia sostenida, hasta lograr sus metas. Y proyectan ante familiares, amigos y compañeros de colegios que esta carrera posee un elevado nivel de preparación y un amplio campo laboral.

## Objetivos

### General:

1. Promover la Licenciatura en Publicidad, a través de una Campaña denominada "Publicidad para el futuro".

### Específicos:

1. Motivar a los estudiantes graduandos de los diferentes planteles educativos públicos y privados de la provincia de Chiriquí para que tengan como primera opción de estudio la Carrera en Publicidad.
2. Distribuir material gráfico e informativo sobre aspectos referentes a la Carrera de Publicidad.

## CRONOGRAMA

Fase # _____ Descripción de las actividades, acciones y tareas	# de horas para desarrollar la actividad (registrar al final de esta columna la cantidad de horas que implica la fase y sus actividades)	# de estudiantes que desarrollan la actividad.	Mes / Semana / día de mes a realizar la actividad (ordenadas cronológicamente)
Introducción Servicio Social Universitario Interno	2	15	8 de Octubre de 2014
Organización y Planteamiento de ideas, para elaborar material de apoyo.	2	5	9 de Octubre de 2014
Promover el proyecto a través de recursos formativos y promocionales de la carrera.	3	6	16 de Octubre de 2014
Creación de bocetos preliminares para la campaña publicitaria.	1	7	23 de Octubre de 2014
Recolección de material para la Producción de un video que promueva la licenciatura.	2	7	24 de Octubre de 2014
Producir el video	1	6	24 Octubre de 2014
Diseñar e imprimir trípticos, volantes y afiches.	2	15	30 de Octubre de 2014
Distribuir entre los estudiantes trípticos, volantes y afiches.	2	6	13 de Noviembre de 2014
Creación de pabellón y mural promocionando la carrera.	2	15	13 de Noviembre de 2014
Elaboración y organización de un programa para la ejecución de la Campaña Creativa.	1	2	14 de Noviembre de 2014
Lanzamiento de la Campaña a I año, II año, III año y IV año de la Licenciatura de Publicidad, en el auditorio Elsa Estela Real.	3	10	20 de Noviembre de 2014
<b>TOTAL DE HORAS</b>	<b>21</b>	<b>15</b>	

## PRESUPUESTO

Descripción de la actividad (iguales a las del cronograma)	Recursos materiales requeridos para realizar la actividad	Recursos humanos requeridos para realizar la actividad	Valor en dinero de los insumos / recursos humanos
Introducción Servicio Social Universitario Interno		15	B/.0,00
Organización y planteamiento de ideas, para elaborar material de apoyo.	4 páginas blancas, 1 folder	5	B/.0,35
Promover el proyecto a través de recursos formativos y promocionales	Alquiler de un computador 1 memoria USB Alquiler de un proyector	6	B/.30,00
Creación de bocetos preliminares para la campaña publicitaria.	8 páginas blancas, 3 lápices de carbón, un borrador, 3 bolígrafos.	7	B/.1,95
Recolección de material para producir un vídeo que promueva la Licenciatura de Publicidad.	Alquiler de una Laptop Alquiler de cámara de video	7	B/.30,00
Producir el video	Alquiler de cables S-Video Alquiler de 1 computador con tarjeta de video	6	B/.30,00
Diseñar e imprimir trípticos, volantes y afiches.	Alquiler de una computadora y programas de diseño	15	B/.15,00
Distribuir entre los estudiantes trípticos, volantes y afiches.	Impresiones	6	B/.8,00
Creación de pabellón y mural promocionando la carrera.	Pabellón, mural y decorados	15	B/.30,00
Elaboración y organización de un programa para la ejecución de la Campaña Creativa.	2 páginas blancas, 1 bolígrafo	2	B/.0,30
Lanzamiento de la Campaña a I, II, III y IV año de la Licenciatura de Publicidad.	Alquiler de proyector Material impreso (Trípticos, volantes, afiches, carta de invitación al evento) Auditorio, brindis	10	B/.105,00
Valor en dinero de los Recursos Humanos.		250,60x15x7,50	B/.28,192,50
Valor en dinero de los recursos materiales.			B/.250,60
<b>Total de Economía Aproximada para la elaboración del proyecto social interno de la Facultad de Comunicación Social, Escuela de Publicidad.</b>			<b>B/.28,443,10</b>

ACTIVIDADES	CÓDIGO
Introducción Servicio Social Universitario Interno	1
Organización y Planteamiento de ideas	2
Promover el proyecto a través de recursos formativos y promocionales de la carrera	3
Creación de bocetos preliminares para la campaña publicitaria	4
Recolección de material para la Producción de un video que promueva la licenciatura.	5
Producir el video	6
Diseñar e imprimir trípticos, volantes y afiches.	7
Distribuir entre los estudiantes trípticos, volantes y afiches	8
Creación de pabellón y mural promocionando la carrera	9
Elaboración y organización de un programa para la ejecución de la Campaña Creativa	10
Lanzamiento de la Campaña a I año, II año, III año y IV año de la Licenciatura de Publicidad	11

### HORAS REGISTRADAS POR ESTUDIANTE

NOMBRE	CÓDIGO DE ACTIVIDADES												TOTAL DE HORAS
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
Ahdieh Flores	2			3	3		4		5		4		21
Alvaro Cortez	2		4			6	3	3	3				21
Brayan Camarena	2		3	2	2		3	3	3	3			21
Coning Y. Gutiérrez R.	2			3	3		4		5		4		21
Ever Serpa	2		4	2	2		3	2	3	3			21
Greivin Viquez	2	3					3		3		10		21
Isamar Gómez	2		4			6	3	3	3				21
Ivette Serrud	2		4			6	3	3	3				21
José L. Araúz	2	3					3		3		10		21
Juan Otero	2		4			6	3	3	3				21
Karen Marquinez	2	3					3		3		10		21
Katherine Del Cid	2	3					3		3		10		21
Natasha Pinzón	2	3					3		3		10		21
Yaritza López	2			4	4		4		3		4		21
Yinny Quintero	2			4	4		4		3		4		21
Yisleine Rodríguez	2			4	4		4		3		4		21

La Carrera de Publicidad de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Chiriquí ha ido evolucionando con el transcurrir de los años, adaptándose a las estrategias, a la transformación curricular por competencias y en un proceso, en este momento, de auto-evaluación, con el propósito de acreditarla como carrera institucional que cumple con los estándares nacionales e internacionales en una institución de enseñanza superior.

El Servicio Social Universitario es una actividad interdisciplinaria, pertinente, solidaria, especialmente continua. Es un compromiso que tiene la comunidad universitaria, tanto docentes, administrativos como estudiantes.

Nace de lo más profundo de nuestras leyes involucrando no solo la Carta Magna de la república sino la propia ley que crea la Universidad Autónoma de Chiriquí UNACHI, así como nuestros propios estatutos.

El Servicio Social Universitario se realiza durante la vida universitaria en macro proyectos en comunidades, instituciones u organizaciones. Se busca tener una visión clara de la problemática existente y llegar y llevar las respuestas a los sectores involucrados.

Es una identidad de los universitarios con los problemas sociales de nuestro entorno, un verdadero reconocimiento a la problemática existente. Se busca llevar respuestas concretas a ellos.

Nuestra visión es difundir a través de la acción emprendedora de los universitarios, el conocimiento científico, técnico y humanístico.

La Universidad deja de ser una isla sola para convertirse en parte del archipiélago a través del conocimiento y la puesta en práctica de habilidades y destrezas de los participantes.

#### Misión

Generar nuevos conocimientos que sirvan de base no sólo para docencia en niveles de pre y posgrado, sino el logro de los propósitos definidos, previa actualización de las estructuras organizacionales y operativas. Ello garantizará la vigencia y el alcance de sus objetivos, a través del tiempo.

#### Visión

La Facultad de Comunicación social, por su solidez académica, institucional y curricular, ha de convertirse en referencia ineludible en cualquier ámbito generador de conocimiento.

Informe Final de Servicio Social Universitario  
Estudiantes de III año de Publicidad  
UNACHI 2014

Documento

Los estudiantes de III año de Publicidad de la Facultad de Comunicación Social de la UNACHI realizamos con éxito la Campaña de Labor Social para promover la Carrera de Publicidad, en el presente informe exponemos el desarrollo del cronograma.

Desarrollo de las actividades de la Labor Social:



Realización de un vídeo promocional para la Campaña



Afiche para la Campaña de Labor Social con el tema: "Libera tu Creatividad".



Mural elaborado para el servicio social universitario por estudiantes de Publicidad III año



Volante para motivar a los compañeros estudiantes de Publicidad.

## Resultados:

Como resultado obtuvimos una gran participación de los compañeros publicistas de los grupos de I año, II año y IV año de la Carrera de Publicidad, quienes asistieron al acto de lanzamiento de la campaña, la cual fue organizada por el grupo de Publicidad de III año. Se realizó el volanteo, la entrega de brochures (folletos), con mucho éxito, les compartimos a nuestros compañeros la importancia de ser portadores de lo que se espera que logremos en la Carrera de Publicidad y el papel que tenemos de contribuir a alcanzar todas nuestras metas.



Entrega de volantes y folletos - Estudiantes de II año de Publicidad





La exposición, lanzamiento y cierre de la campaña se llevó a cabo en el salón de conferencias de la UNACHI, (adjunto copia de la solicitud del salón de Maestría), actividad realizada por los estudiantes de III año de Publicidad, (filma: Profesor Luis Pinto Zamora), en esta actividad contamos con la participación de nuestros compañeros de la licenciatura, los estudiantes del I, II y IV año de Publicidad, quienes nos acompañaron al brindis, y la exposición de la importancia de ser portadores de ¿Qué es ser publicista?.



Nuestros compañeros de I, y IV año de Publicidad (Salón de Maestría)



Pequeño brindis para celebrar la actividad

La actividad tuvo una duración de 8 horas, gracias a la participación de nuestros compañeros de la Carrera de Publicidad, todas las partes del acto se culminaron con mucho éxito y agrado hasta el momento del brindis tan esperado por todos.

Preparándonos para las actividades de la Campaña, el grupo de la Carrera de Licenciatura en Publicidad III año, El día de la confección del afiche publicitario y la colocación del mural para el proyecto de servicio social, durante 2 días de clase desde las 10:00 a.m. hasta las 4:00 p.m.



En el desarrollo de la actividad inaugural, compartimos experiencias, nos reímos un poco para pasar el día entero con un poco de humor, conversamos con nuestros compañeros publicistas acerca de lo que esperan de la Carrera de Licenciatura en Publicidad y de las expectativas que tienen a futuro de nuestra Facultad, de las instalaciones de informática, los requerimientos en tecnología que es empleada en el diseño gráfico, la edición audiovisual y en la creación de páginas Web.

Semestre con semestre, experimentamos el trabajo en equipo, porque es difícil acoplar nuestras ideas y compartirlas con el resto de nuestros compañeros. Al final, es algo que realmente nos beneficia, porque nos vuelve más tolerantes, más respetuosos y más competitivos. Además, aprendemos a escuchar los diferentes puntos de vista y nos damos cuenta que nuestras ideas no siempre van a ser las mejores.

La carrera se presta para ser muy creativo y loco, tener ideas frescas y alegres, para poder adaptarlas en diferentes formas, todo esto sin dejar de lado la responsabilidad y la formalidad que exigen los trabajos y proyectos.

Debemos tener confianza en nosotros mismos, ser de mente abierta, para así poder defender nuestros ideales y a la vez aceptar los diferentes puntos de vista de las diferentes críticas.

Esta es nuestra escuela  
Publicidad en la UNACHI



Una pequeña charla sobre la importancia de tener confianza en nosotros



Entrevistas con nuestros compañeros publicistas para conocer su opinión



Fotos con nuestros compañeros publicistas de I, II y IV año de Publicidad



Repartición del brindis para nuestros compañeros de Publicidad.



Nuestros compañeros de publicidad disfrutando del brindis.



Actividad de Grabación del guión para el video de la Campaña.



Se llevó a cabo con éxito gracias a la participación de todo el grupo.

## Conclusiones

Al concluir el servicio social nos brinda una oportunidad de involucrarnos en ámbitos que corresponden a la Carrera de Licenciatura de Publicidad como el Planeamiento y Desarrollo de una Campaña, adquiriendo experiencia en campo y conocimientos para la creación de campañas.

Logramos los objetivos propuestos, proporcionando con esta las bases para que la población estudiante de la Carrera de Publicidad de I, II y IV año obtenga una valiosa información, y en próximos servicios sociales con ayuda de profesionales, pueda tenerse una mejor aplicación en la cual podría traer mayores beneficios.

También podemos concluir que dentro del proceso de desarrollo de este proyecto de servicio social no solo los estudiantes de la Carrera de Publicidad de I, II y IV año se ven beneficiados por la contribución que dimos, sino que integramos nuevos conocimientos a la población estudiante de la Carrera de Publicidad en general.

La importancia es que en la Facultad de Comunicación Social contamos con las herramientas para ser cada día mejores, para lograr nuestras metas, sólo debemos tener confianza en nosotros mismos. Es necesario hoy en día tener una información actualizada, confiable y que podamos solicitarla, gracias a la página Web de la UNACHI, podemos consultar bibliotecas de información relacionada con nuestra área de Comunicación.

## Recomendaciones

Que existan más proyectos que motiven a los alumnos de la Carrera de la Licenciatura en Publicidad para realizar su servicio social y el uso de las tecnologías para beneficio de las personas.

Adquirir nuevo equipo de cómputo con el software de diseño publicitario para las instalaciones de laboratorios de la Facultad de Comunicación Social, ya que cuentan con equipo aunque no obsoleto pero, con características ya no tan actuales y no se encuentran disponibles para todos los alumnos de la Carrera que ayude a adquirir los conocimientos necesarios que se necesitan para trabajar en una Agencia de Publicidad.

Para las oficinas de secretaría de la Facultad de Comunicación Social, proporcionar mayor información acerca de la Carrera de Publicidad, Misión y Visión y perfil del egresado de la Carrera de la Licenciatura en Publicidad, que se requieran para realizar proyectos de servicio social que le puedan servir a los alumnos de acuerdo al perfil de su carrera.

Para la oficina de servicio social.

Avisos oportunos y con tiempo para la realización de servicios social.

Horario fijo para la atención de alumnos de servicio social.

Proporcionar de manera completa la información y formatos que se realizan de principio a fin dentro de un servicio social.